

2020新健康消费 趋势报告

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

TABLE OF CONTENTS

— 目录

1

疫情加速健康观念升级，健康需求不断细化

2

全面健康浪潮下，新健康趋势逐步显现

- 2.1 健康饮食日常化：食补潮流，养身悦己
- 2.2 运动健身全民化：生命不息，运动不止
- 2.3 美颜经济升级化：美颜修炼，多管齐下
- 2.4 健康管理专业化——干“防”百计，“护”你安全

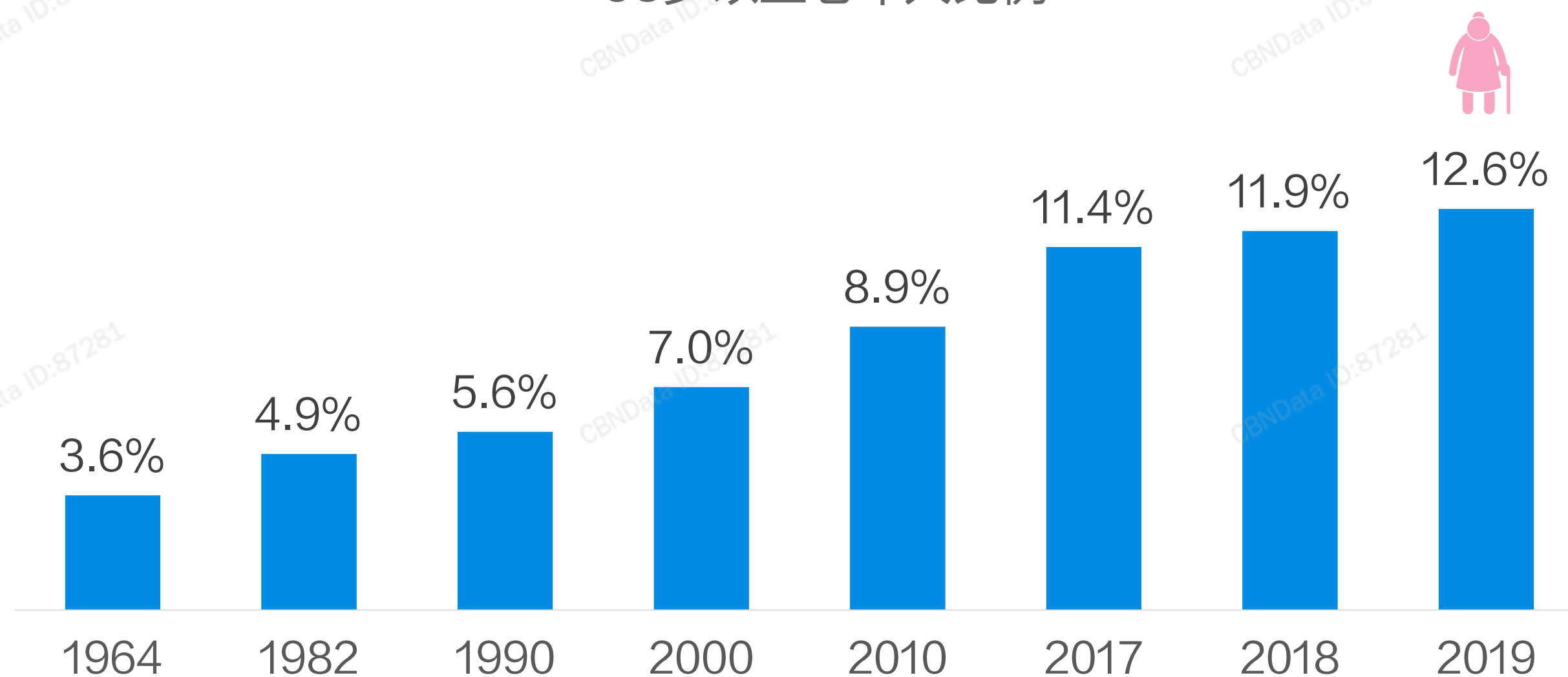
01

疫情加速健康观念升级，健康需求不断细化

人口老龄化加剧，政府对于医疗健康行业扶持力度加大

1964-2019年中国老龄化趋势

■ 65岁以上老年人比例



数据来源：国家统计局

医疗健康产品市场相关扶持政策举例



2016年

《“健康中国2030”规划纲要》

健康优先，以发展健康服务及健康产业为重点，全方位、全周期维护和保障人民健康，大幅度提高健康水平。



2017年

《“十三五”卫生与健康规划》

持续提升医疗卫生服务，完善与优化医疗器械配置，满足人民群众多样化、多层次健康需求。到2020年，覆盖城乡居民的基本医疗卫生制度基本建立。



2018年

《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》

健全“互联网+医疗健康”服务体系，推动互联网与医疗健康服务的智能融合，加快实现医疗健康信息互通共享，助力医疗、医药、医保“三医联动”。



2019年

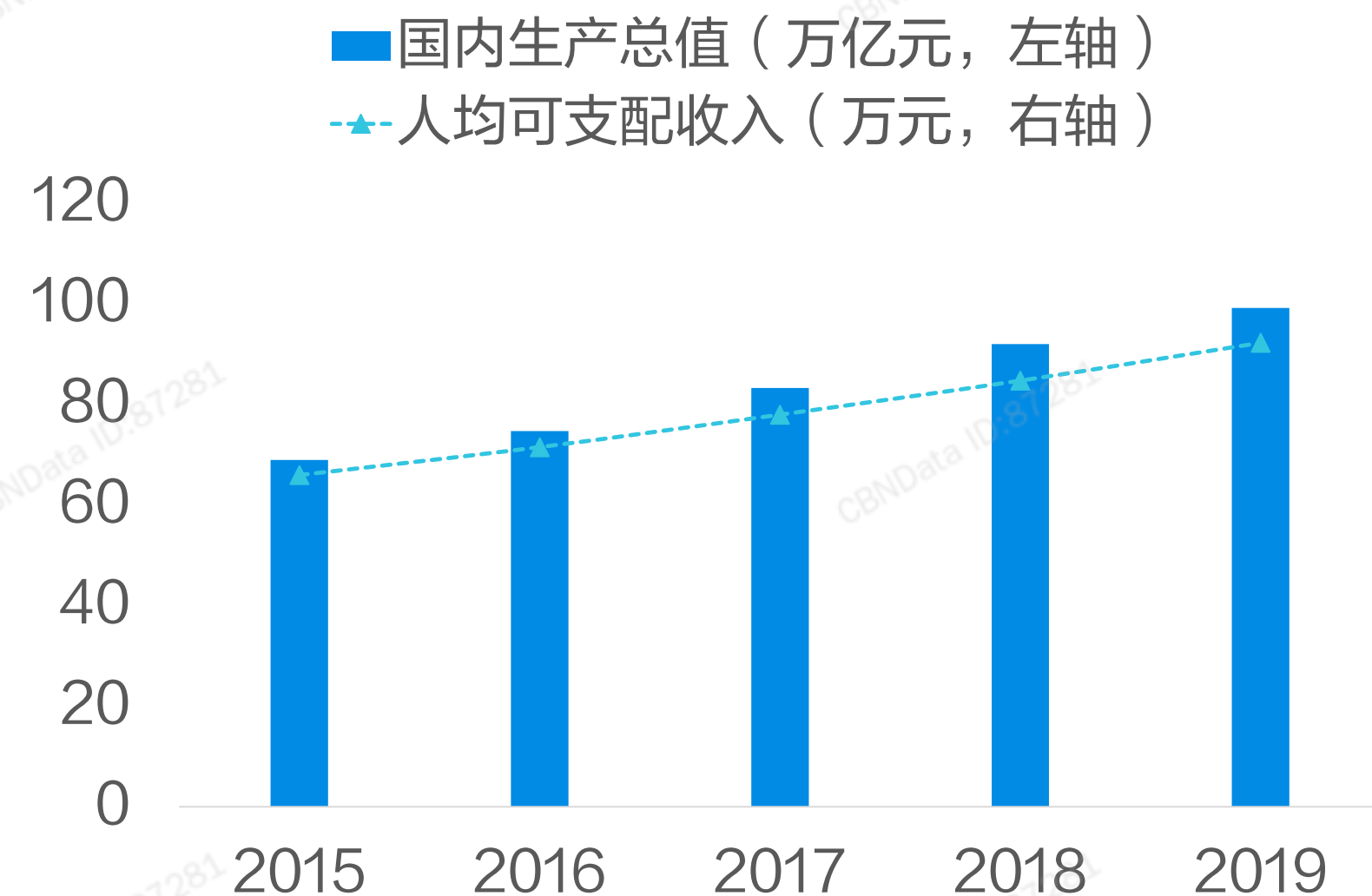
《体育强国建设纲要》

部署推动体育强国建设，充分发挥体育在建设社会主义现代化强国新征程中的重要作用，努力将体育建设成为中华民族伟大复兴的标志性事业。

数据来源：公开资料整理

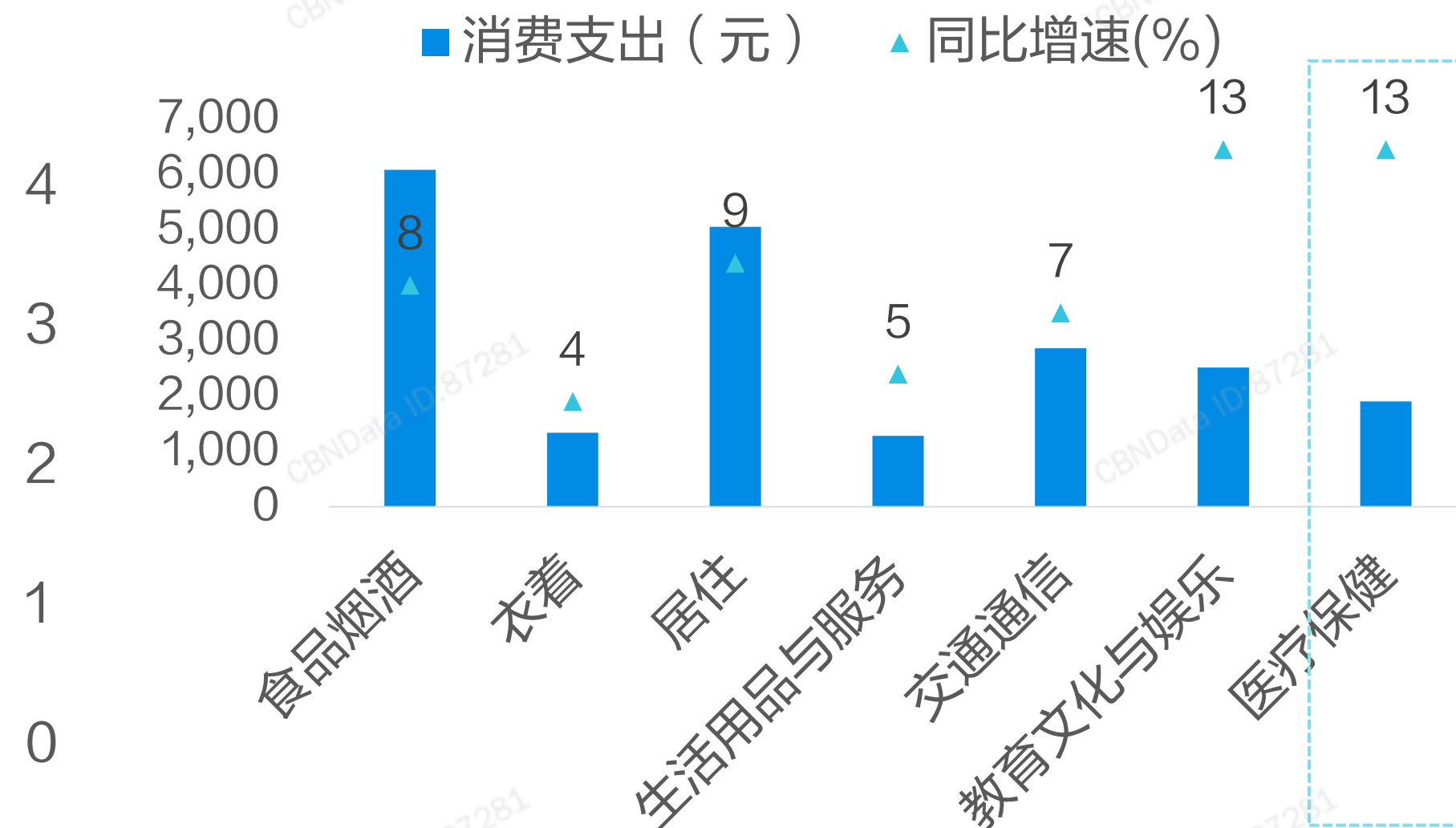
国民生活水平提高，为健康投资成为共识，推动大健康产业发展

2015-2019 中国国内生产总值和居民可支配收入



数据来源：国家统计局

2019 不同类型全国居民人均可支配收入支出



数据来源：国家统计局

2010-2030健康服务业发展规模变化及预测



数据来源：《“健康中国2030”规划纲要》&《2017-2022年中国健康服务业市场前景与投资战略规划分析报告》

全民参与，健康关注度被持续激活，带动居民健康素养水平提升



持续关注

2019年，每天约有3500万人在今日头条上浏览健康内容，健康类资讯阅读量高达540亿，比2018年增加了60.7%，是2015年的近11.5倍。



高频互动

健康类内容的收藏数超7.2亿，比2018年增长了50%；点赞数超3.2亿，增长最快，达461%；评论数8600万，增幅139%。

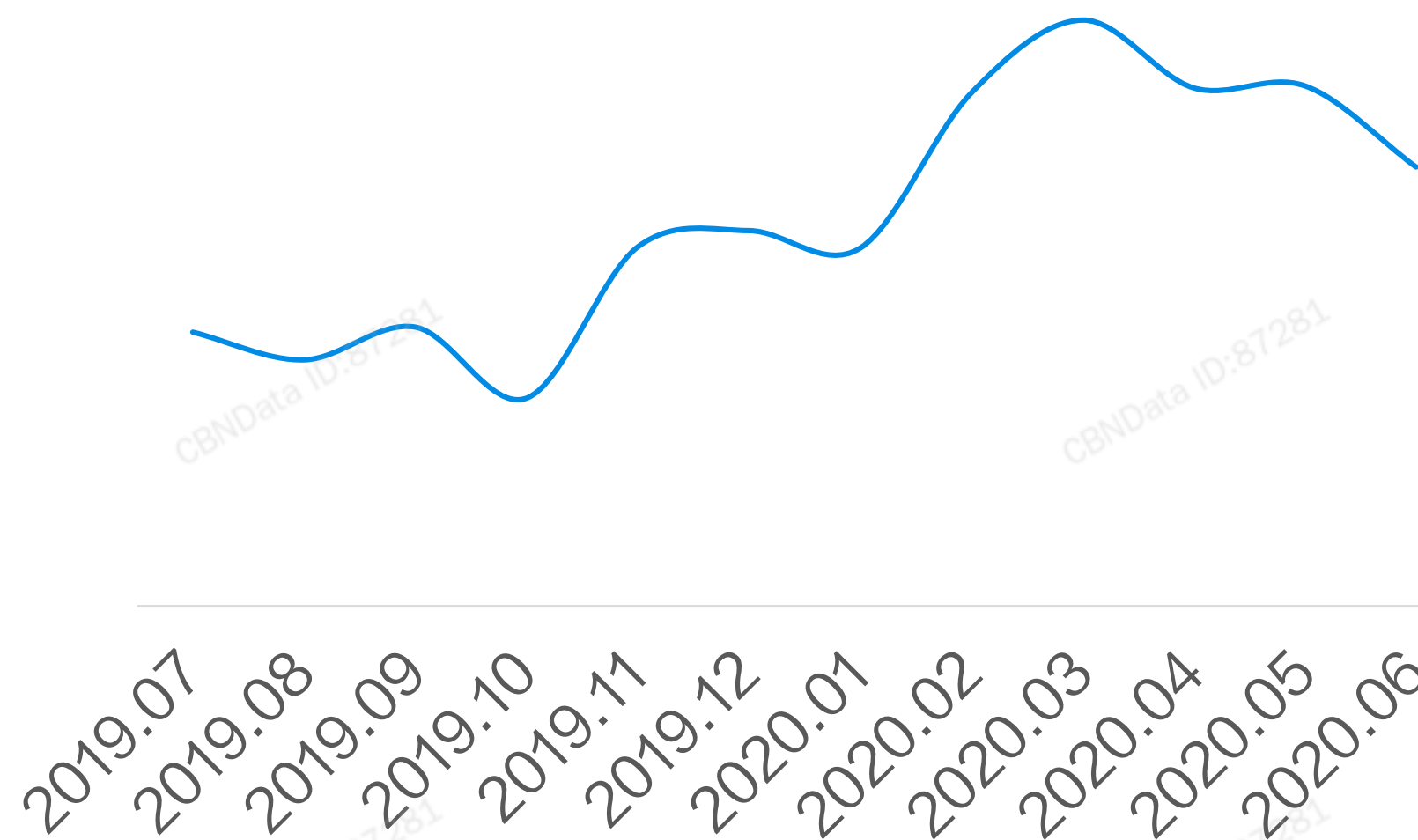


素养提升

我国城乡居民健康素养水平提升17.06%，其中基本知识和理念素养提升最多，达30.52%。

数据来源：今日头条《2019算术健康大会》

2019.07-2020.06百度搜索指数关键词“健康”



数据来源：百度搜索指数

十大最受关注健康热词

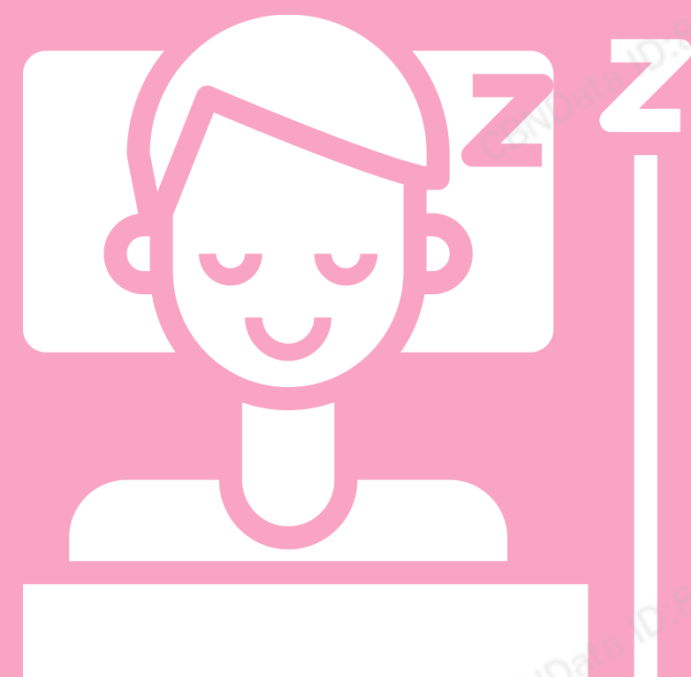


十大高度关注疾病



数据来源：今日头条《2019算术健康大会》

健康新定义：健康是一种生活方式，更是一种生活态度



健康 ≈ 能吃能睡



健康 ≠ 不生病

- ✓ 健康的体魄
- ✓ 健康的生活方式
- ✓ 强烈的健康意识

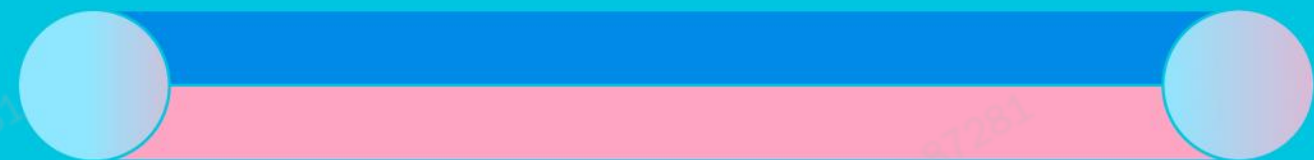
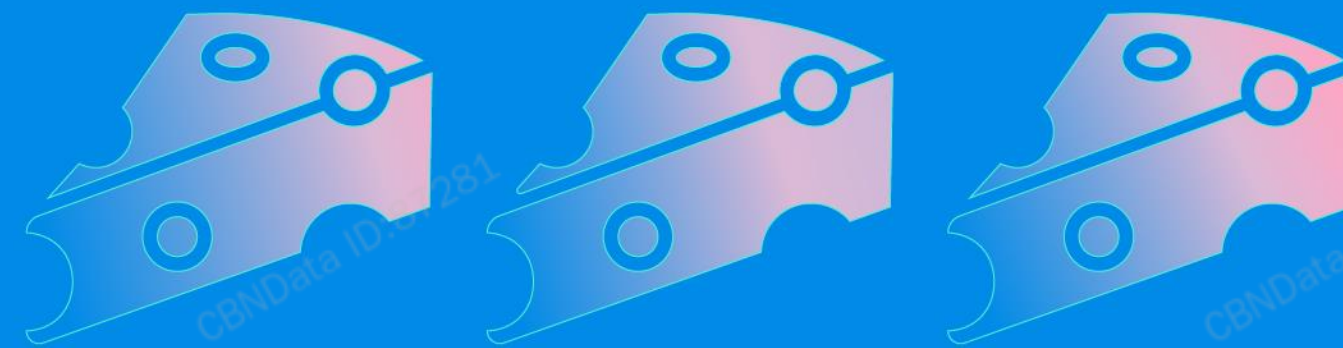
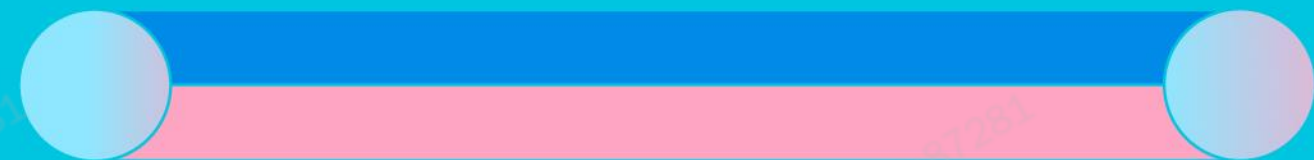
以前：健康就是不生病

现在：健康是一种生活方式和态度

资料来源：WHO世界卫生组织 生组织对“健康”的定义

02

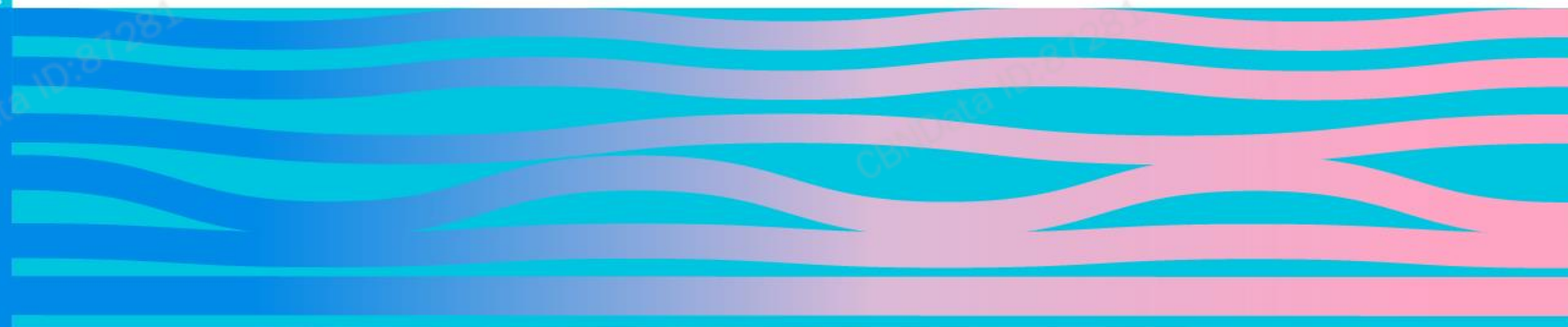
全面健康浪潮下，新健康趋势逐步显现



健康趋势关键词

饮食健康

健康饮食日常化：食补潮流，养身悦己



健康意识的不断升级推动饮食结构的升级

消费者对于食品消费的态度



愿买单

50% 的消费者在2019 食品消费中购买了**健康品质**相关产品

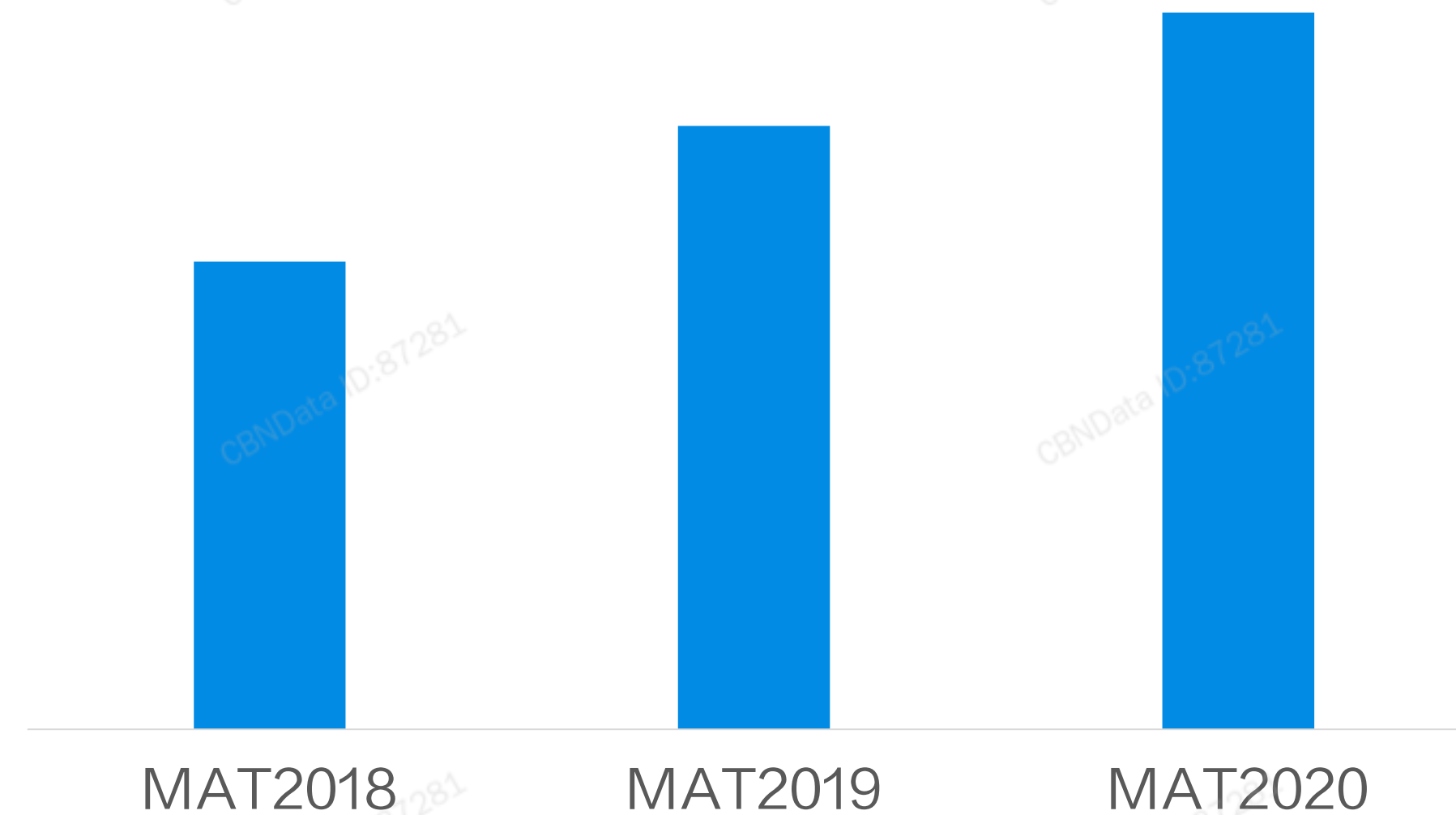


更主动

83% 的消费者**主动调整饮食预防健康疾病**

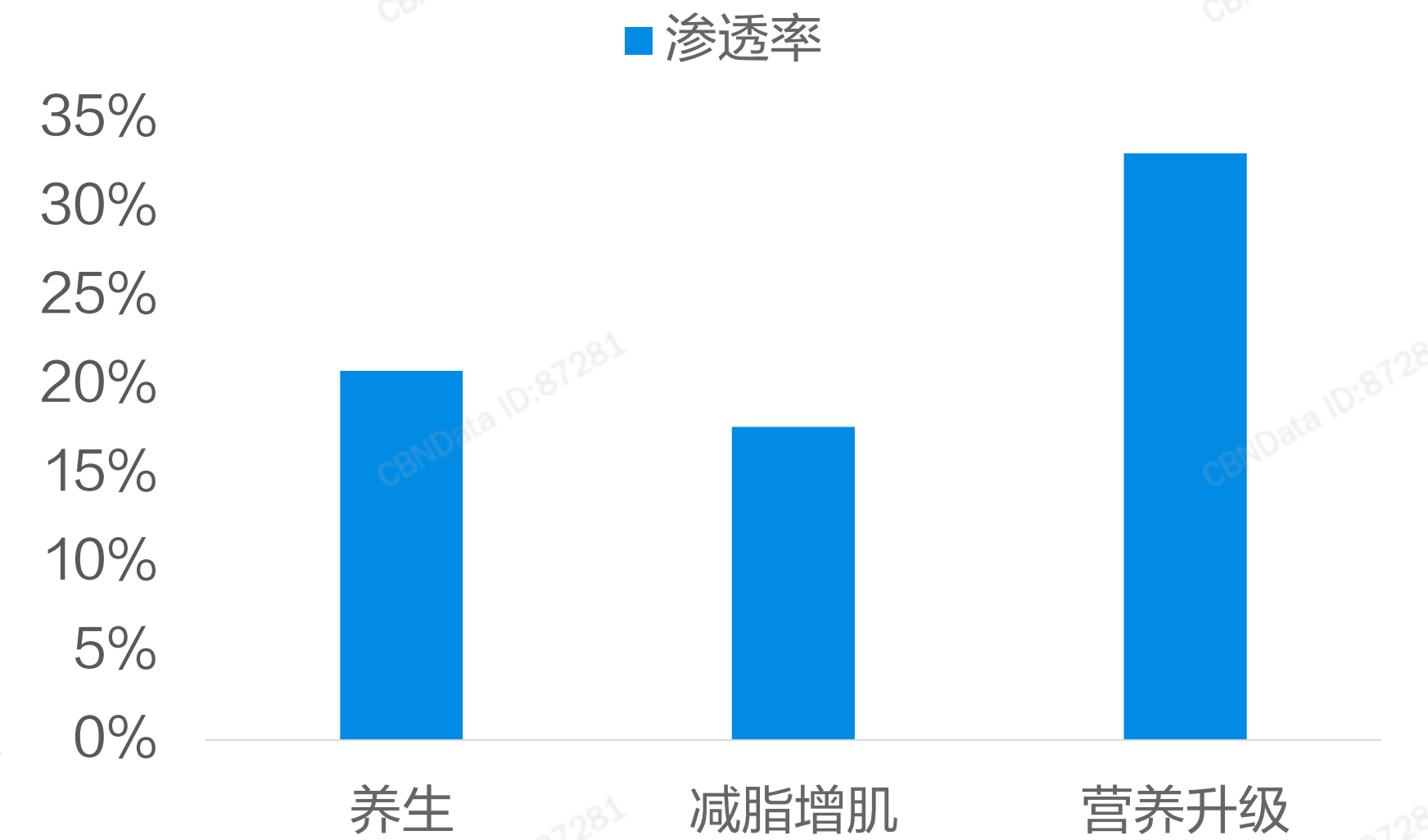
数据来源：CBNData 《2020天猫美食消费趋势报告》，尼尔森数据

MAT2018-2020线上健康食品市场规模



数据来源：CBNData 《2020健康食品趋势洞察》

MAT2019 天猫食品行业健康品质相关市场渗透率



数据来源：CBNData 《2020健康食品趋势洞察》

健康饮食加减法：“营养添加”+“少糖无糖”的健康化零食受青睐

产品举例



低糖低脂饼干



零糖零脂
精品速溶咖啡

健康饮食做减法

健康饮食做加法

高纤维
活性益生菌
蛋白质
有机
燕麦麸皮
乳酸菌
胶原蛋白

产品举例



添加益生菌
每日坚果



添加蛋白质
有机牛奶

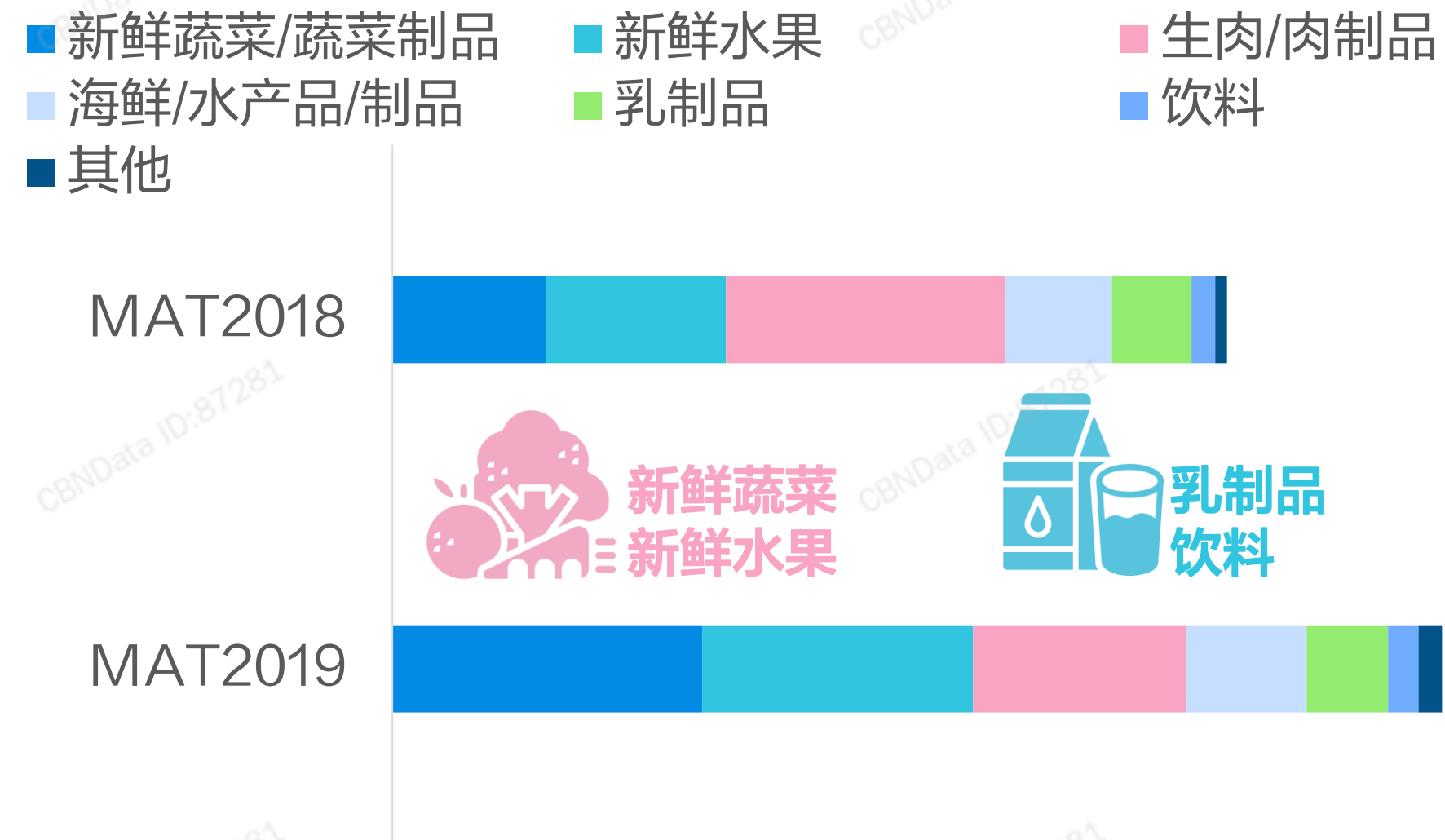


添加膳食纤维
巧克力

数据来源：《2020天猫美食消费趋势报告》

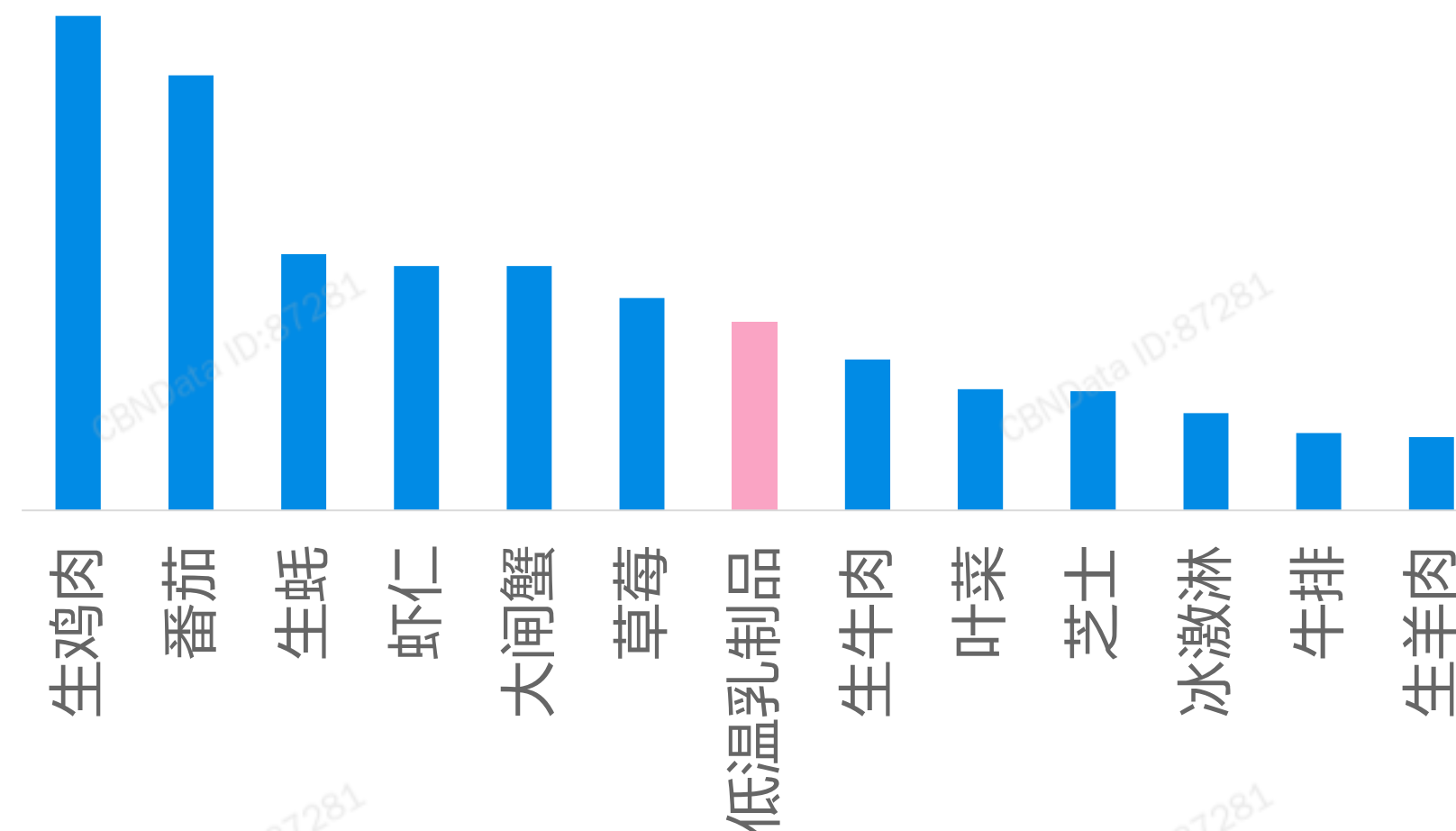
短保、冻干技术实现健康食品营养升级

MAT2018-2019 各品类冷链运输的商品数



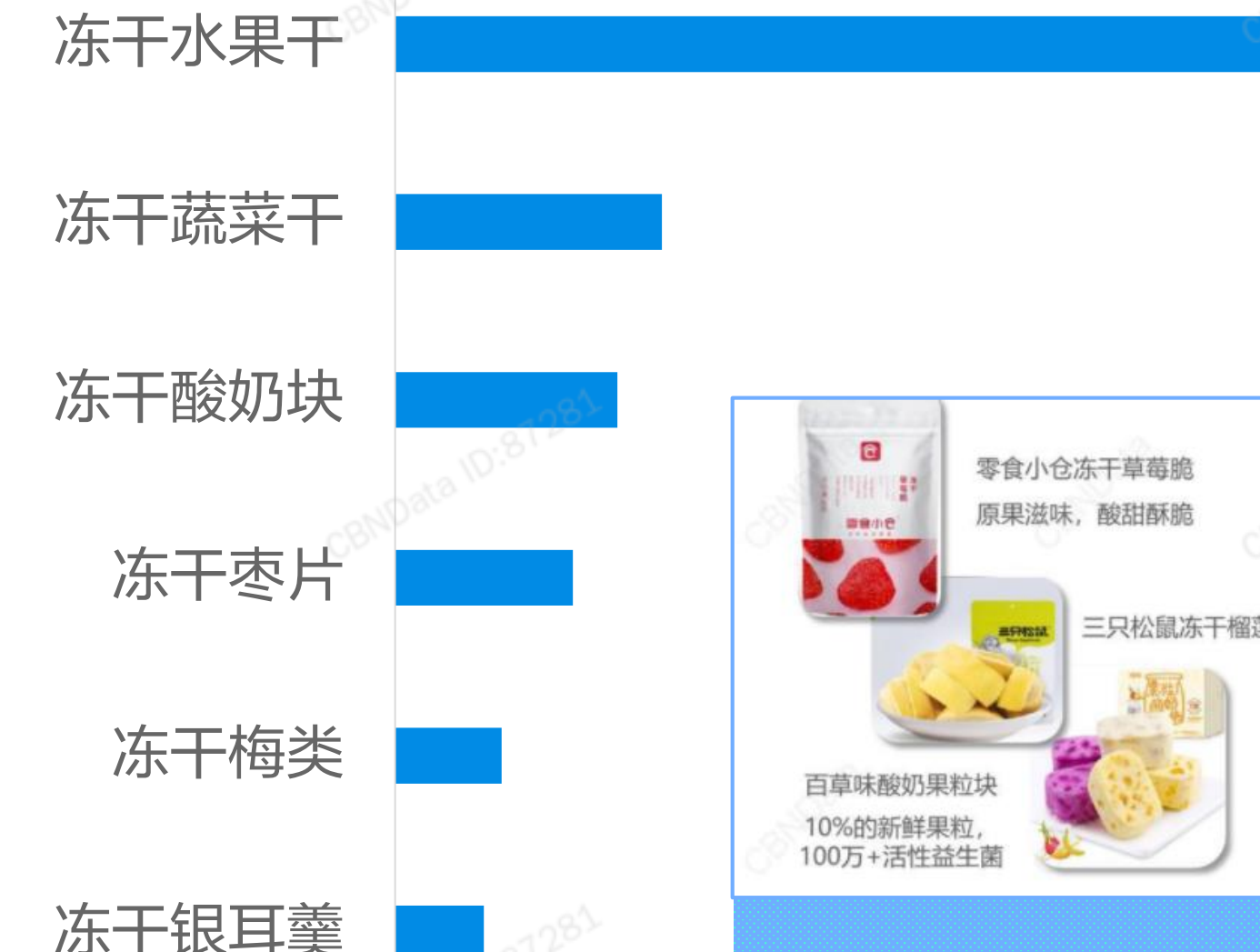
数据来源：《2020天猫美食消费趋势报告》

MAT2019 低温冷链类商品销售同比增速



数据来源：《2020天猫美食消费趋势报告》

MAT2020 天猫冻干类蜜饯销售占比

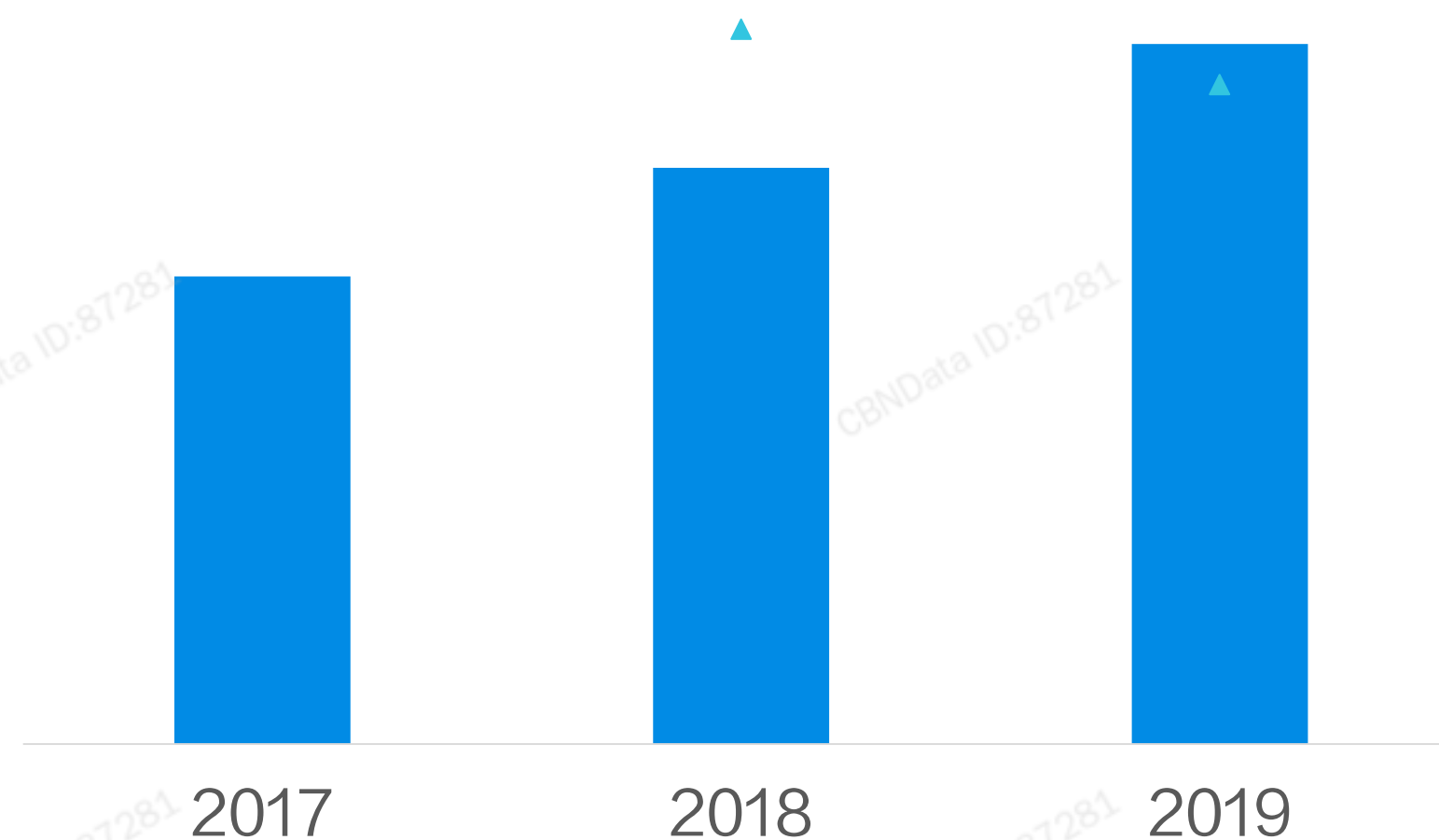


数据来源：《2020天猫蜜饯消费趋势报告》

随时养生, 即食滋补品成为常备营养补给站

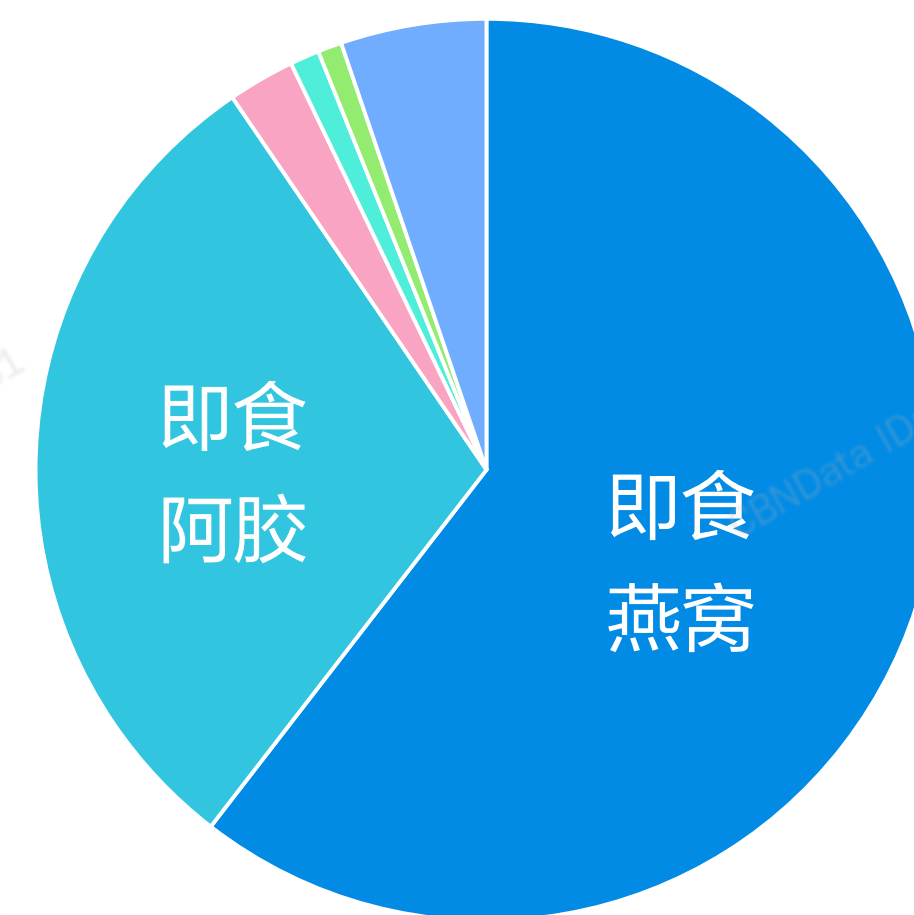
2017-2019 传统滋补营养品销售规模及同比增速

■ 销售规模 ▲ 同比增速



数据来源: CBNDATA《新食尚主义》

2019年线上即食滋补品消费规模占比分布



数据来源: CBNDATA《新食尚主义》

产品举例

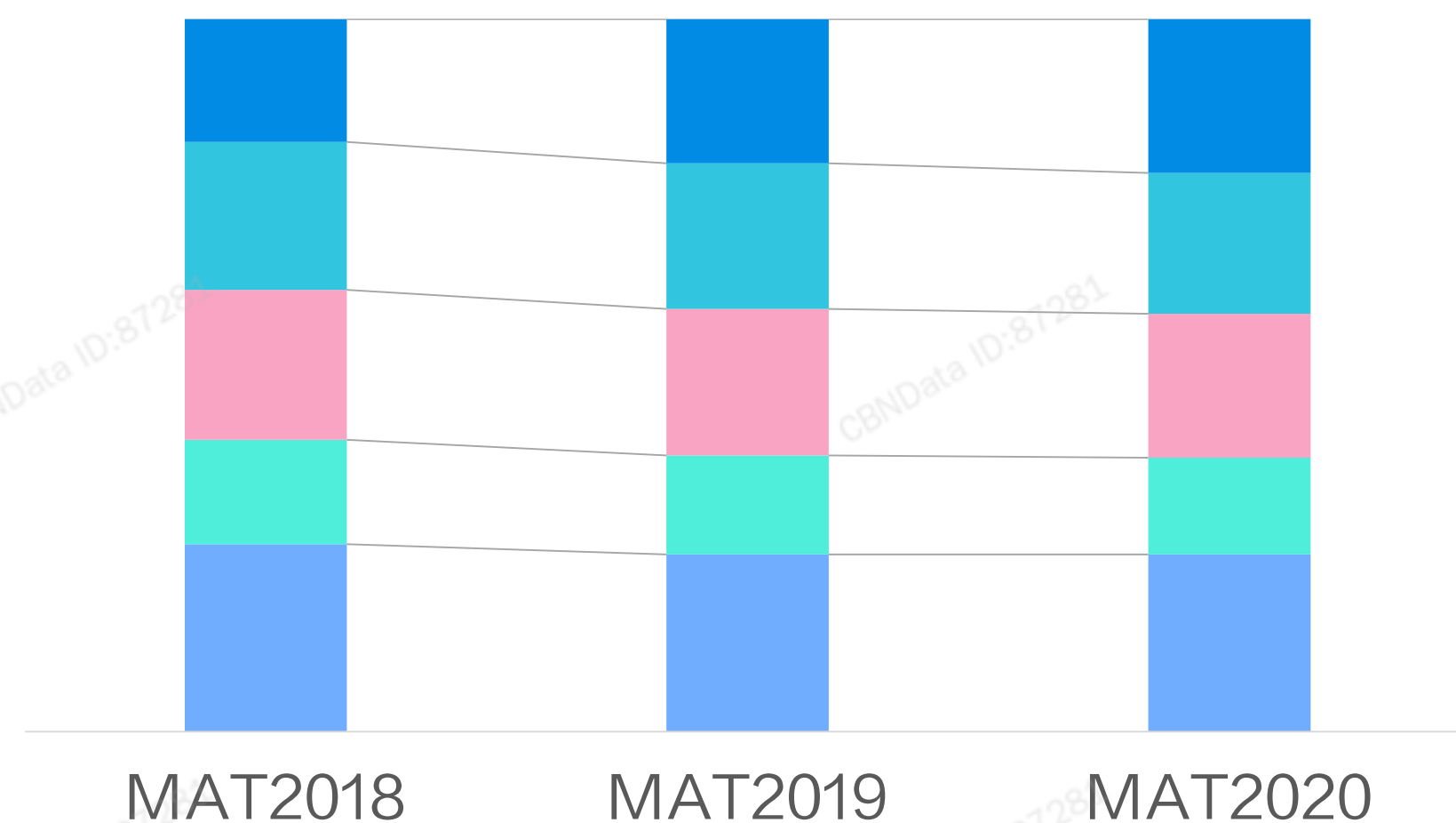


数据来源: CBNDATA《新食尚主义》

“零食态” 养生膳食更受到年轻一代追捧

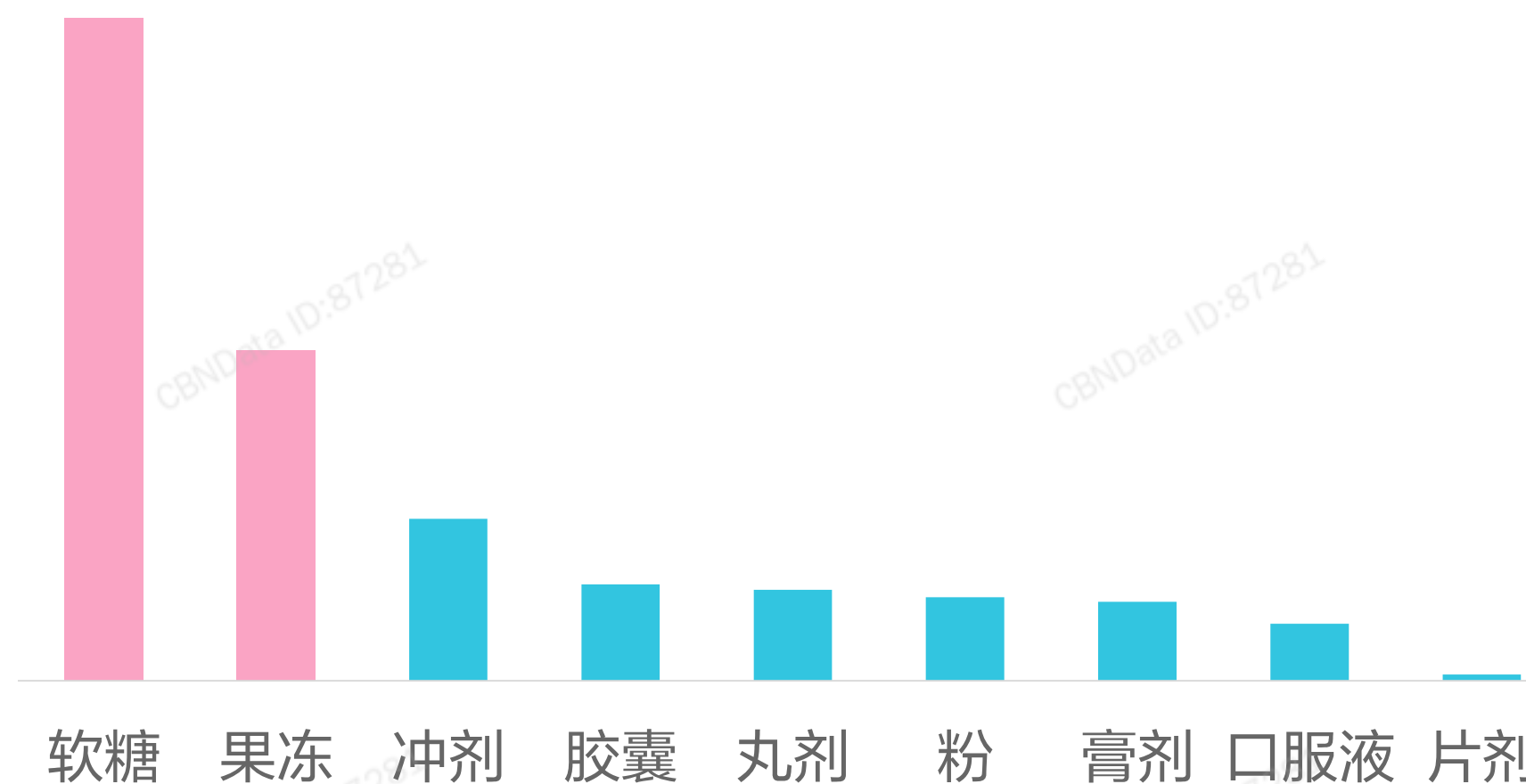
MAT2018-2020 天猫保健品不同代
际消费人数占比

■ 80前 ■ 80后 ■ 85后 ■ 90后 ■ 95后



数据来源：CBNData 《2020年轻人线上保健品消费态度洞察》

MAT2020 天猫不同形态膳食保健品年
轻人消费增速

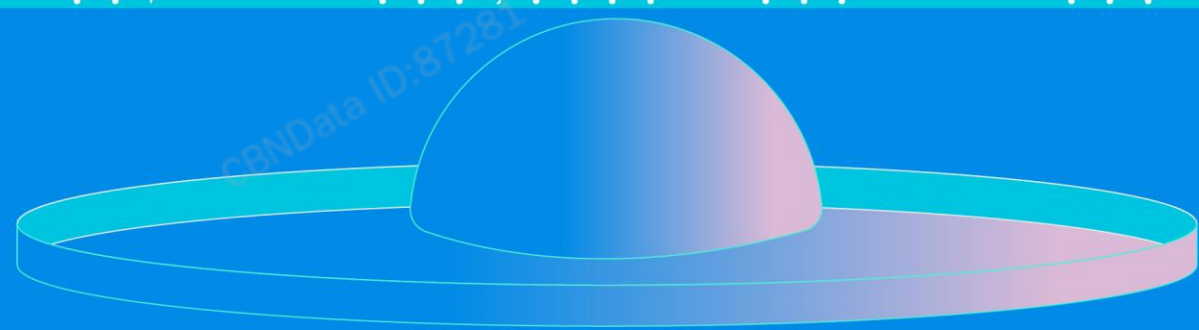
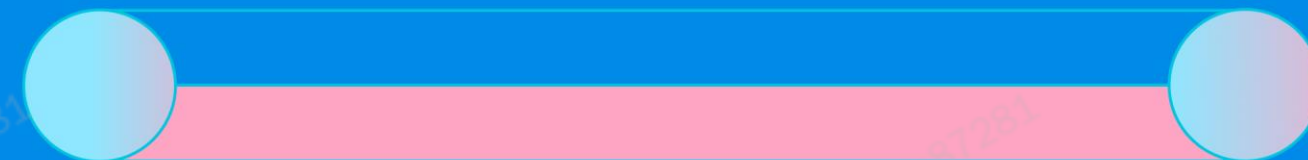
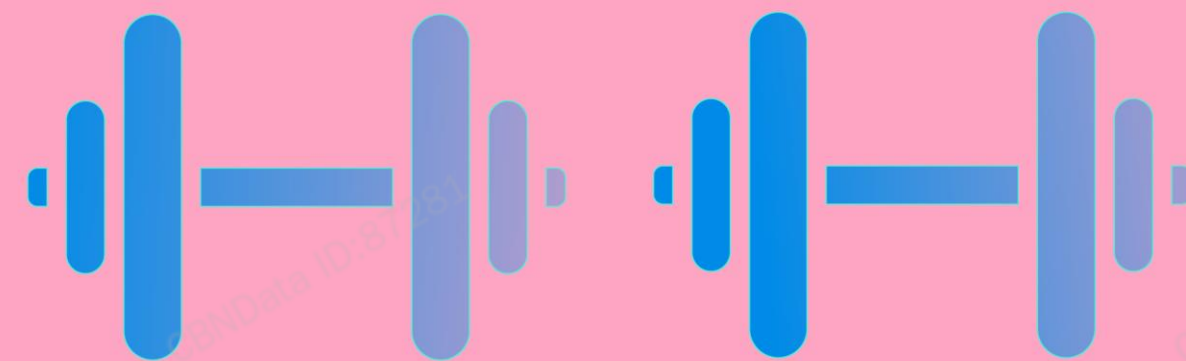
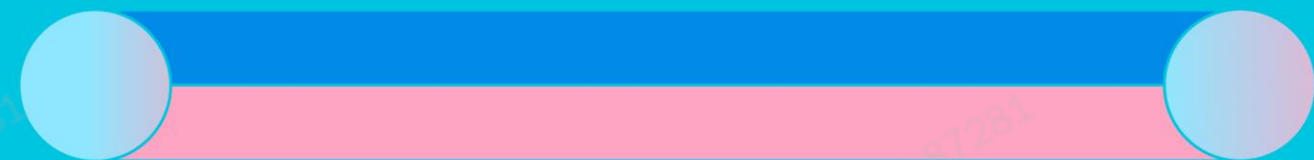


数据来源：CBNData 《2020年轻人线上保健品消费态度洞察》

MAT2020 天猫年轻人增速最快功能TOP品类

功能	品类	产品举例
免疫调节	维生素/矿物质	Jamieson 维C咀嚼片 • 白桃味
改善睡眠	褪黑素	Jamieson 褪黑素软糖 • 草莓口味
骨骼营养	钙片	Jamieson 维生素D3 • 甜橙味咀嚼片

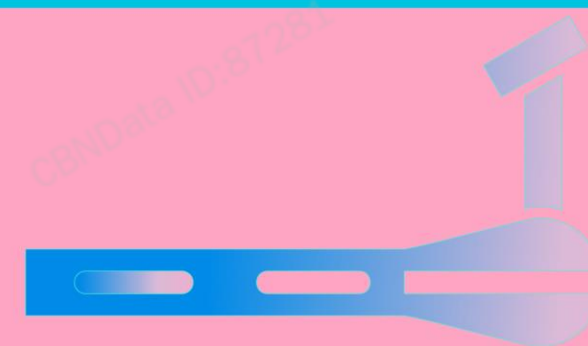
数据来源：CBNData 《2020年轻人线上保健品消费态度洞察》



健康趋势关键词

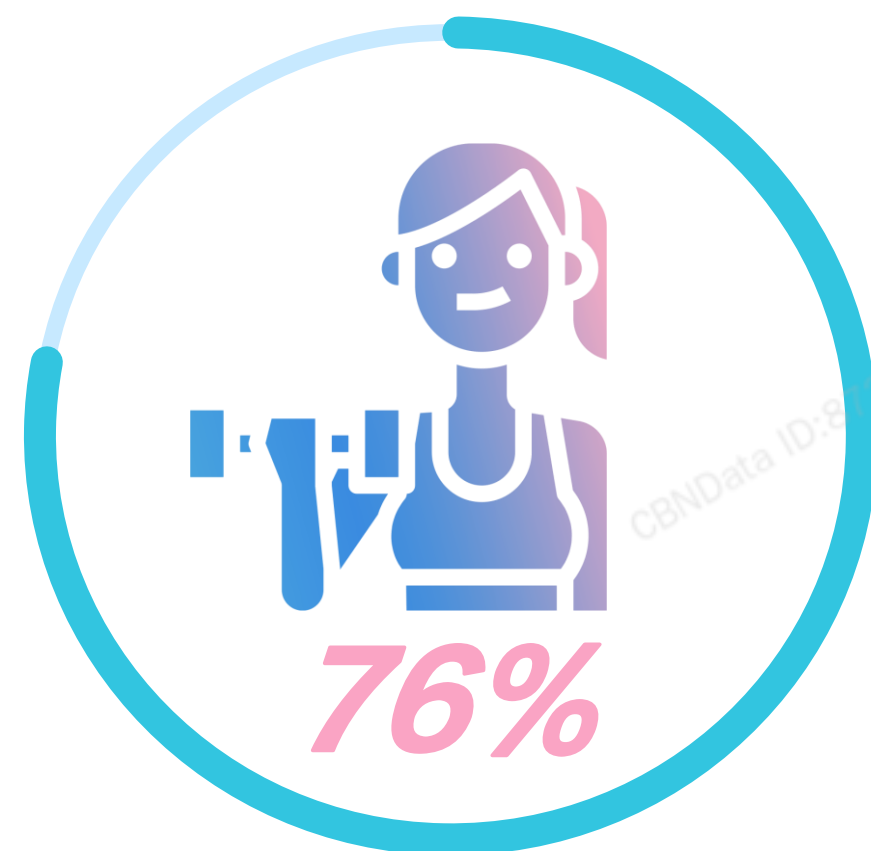
运动健康

运动健身全民化：生命不息，运动不止



互联网+健身助力宅家抗疫，健身云打卡式生活逐渐兴起

有近八成人觉得疫情后更重视
也更愿意运动了



数据来源：CBNData《国民运动健康趋势报告》

疫情期间宅家运动话题声量



#宅家健康运动计划# 阅读量6.2亿次



#健康dou起来# 点击量19.8亿次



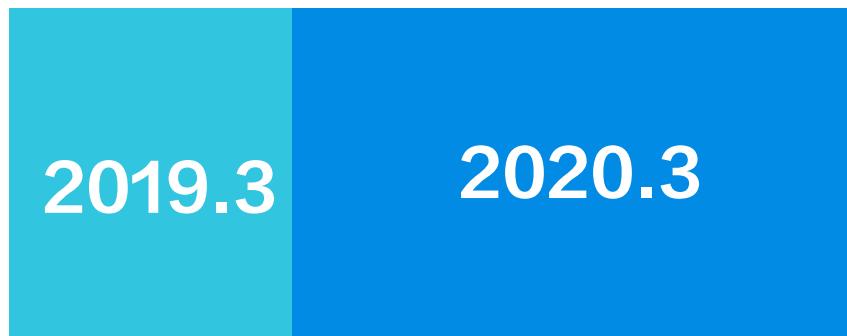
#宅家也爱做运动# 阅读量12.8亿次
使用时长

数据来源：网络公开资料

疫情期间运动健身App使用情况



X1.9倍

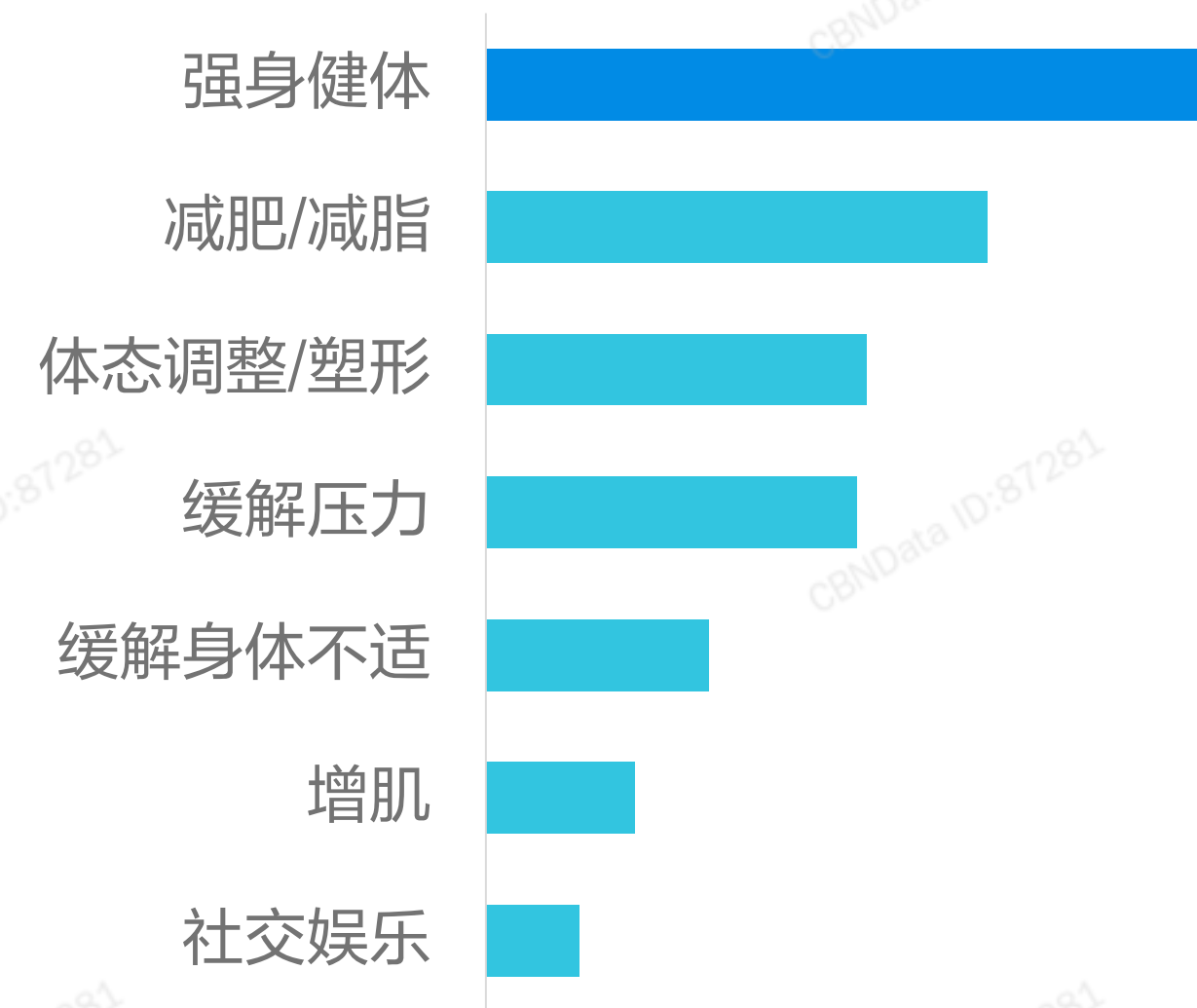


X2.5倍

数据来源：QuestMobile《2020年新冠疫情对生活的影响与启示洞察报告》；极光大数据《2020年Q1移动互联网行业数据研究报告》

家进阶成为低配的健身房，网购健身器材成为新风尚

大众运动健身的目的



数据来源：CBNData《国民运动健康趋势报告》

MAT2020健身器械在家用场景下各类目销售金额占比及增速



数据来源：CBNData《2020健身大器械新趋势研究》

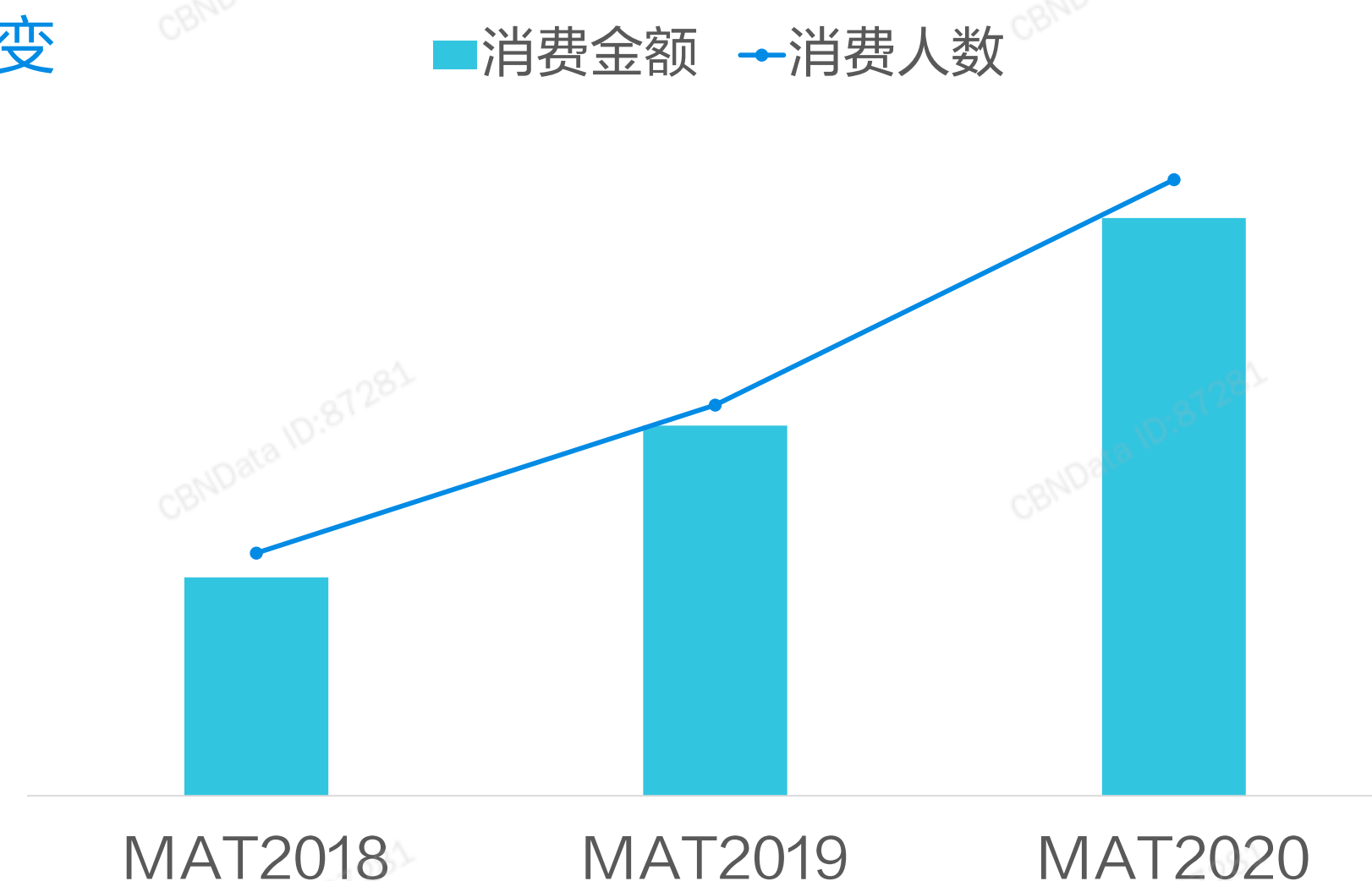
三分练，七分吃，科学精细的运动代餐引领饮食新风潮

运动后饮食习惯的改变



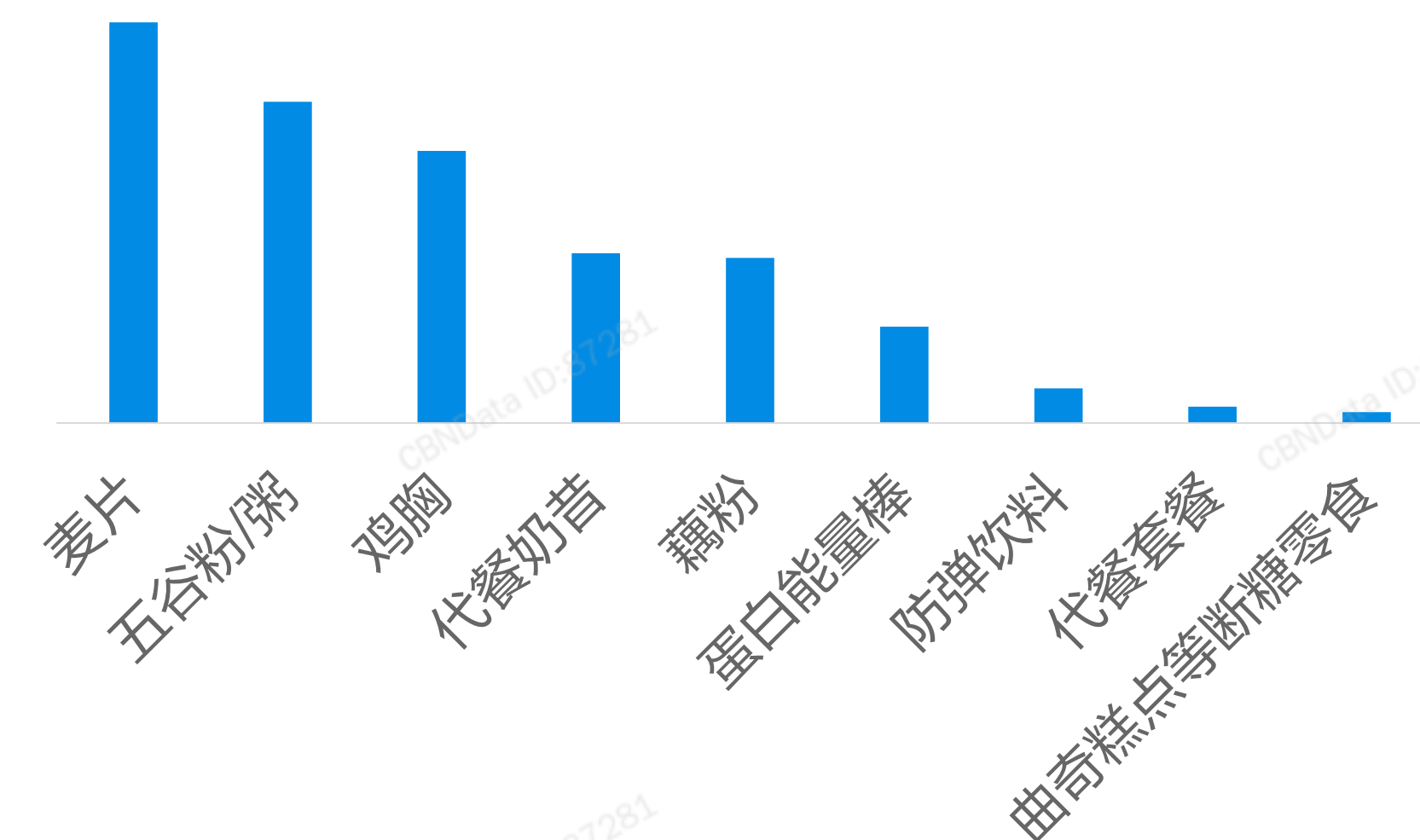
数据来源：CBNData《国民运动健康趋势报告》

MAT2018-MAT2020线上代餐市场消费趋势



数据来源：CBNData《功能营养代餐市场消费趋势》

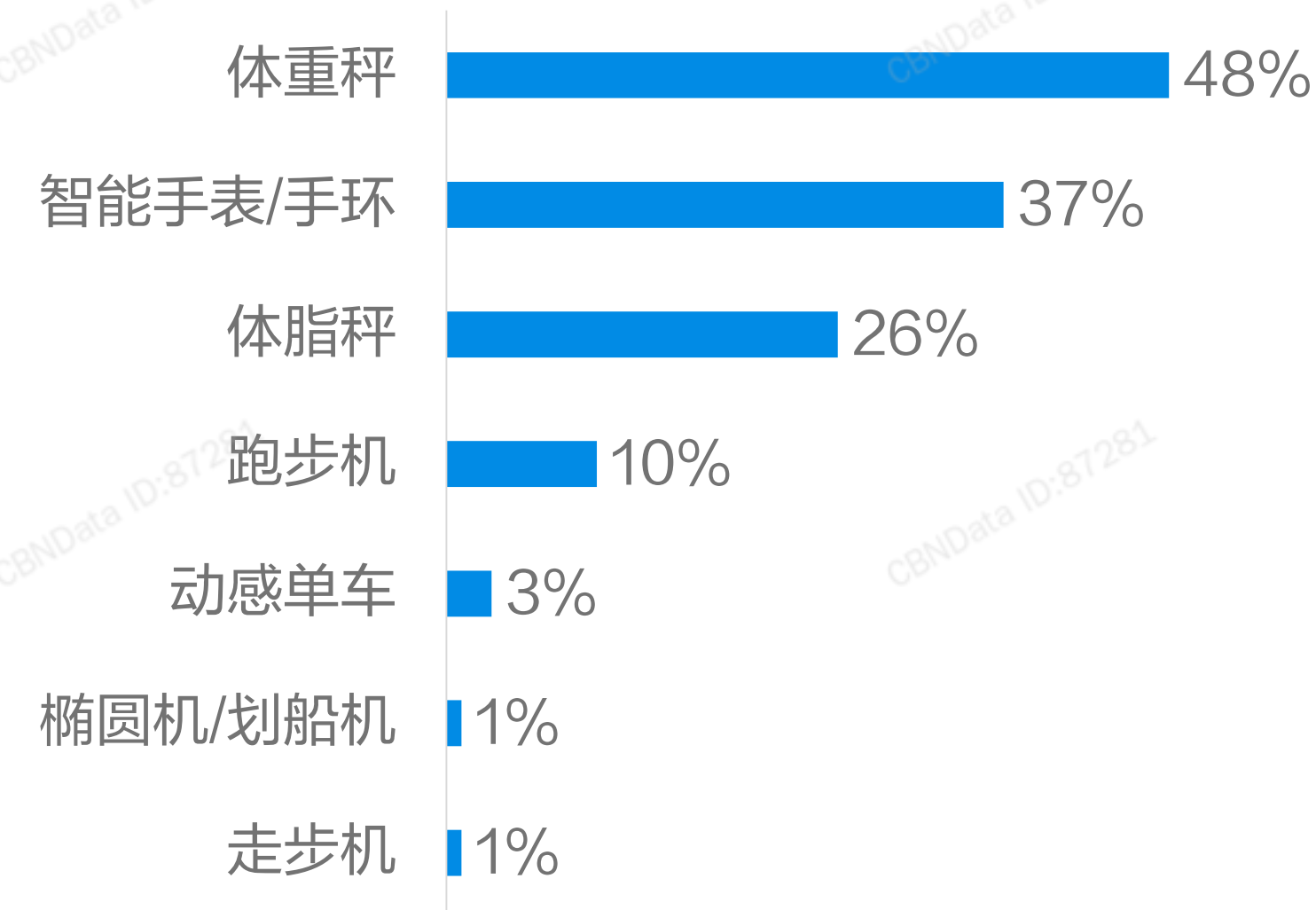
MAT2020线上代餐部分细分品类消费人数对比



数据来源：CBNData《功能营养代餐市场消费趋势》

内容和硬件双向加持，智能运动产品科学助力健康管理

运动人群购买的智能运动产品



数据来源：CBNData《国民运动健康趋势报告》

Keep 动感单车直播课程



数据监测：
路程、时长、
踏频、卡路里等

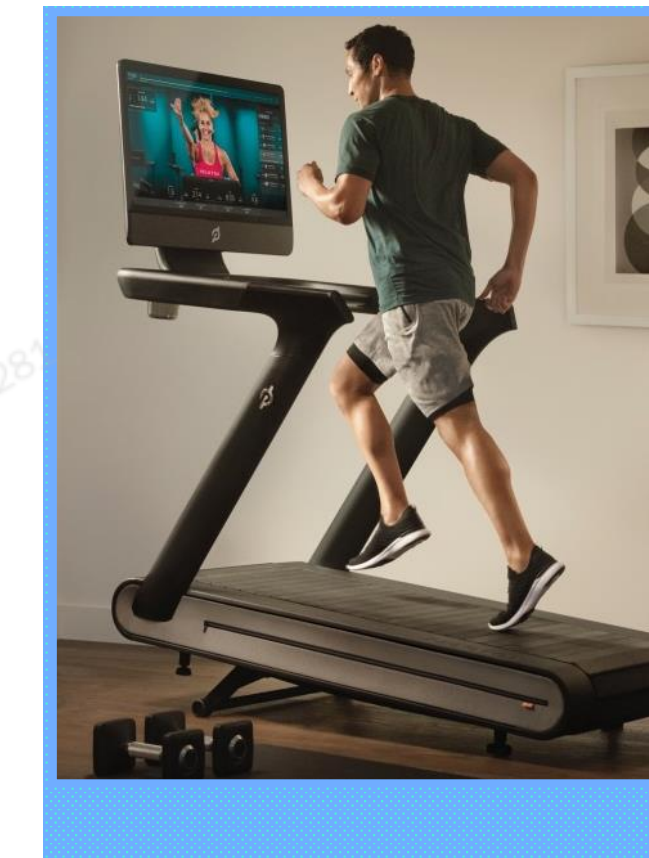
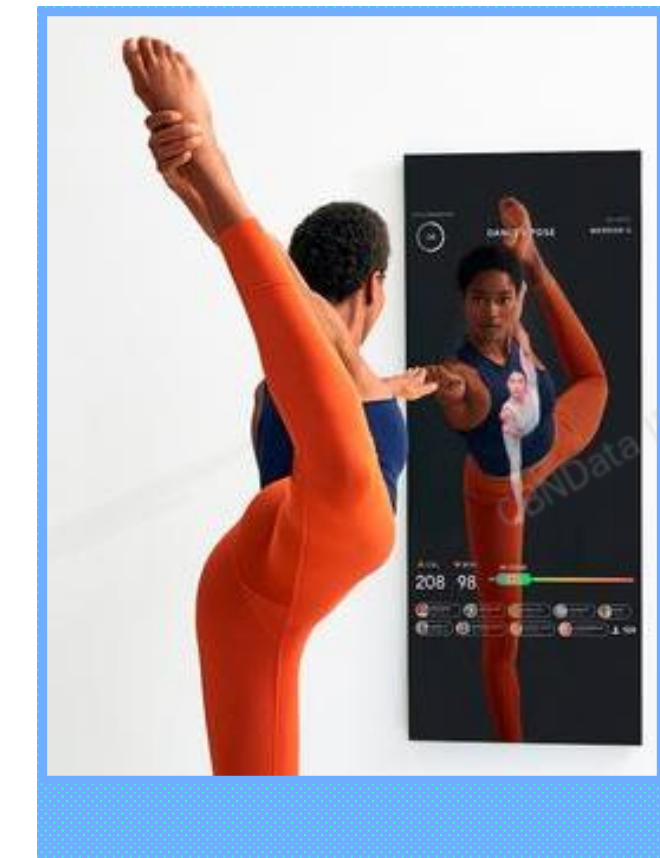
ETM智能控阻：
随运动节奏变动
智能调节阻力

内容和硬件打通：
适配单车课程，
激发骑行乐趣

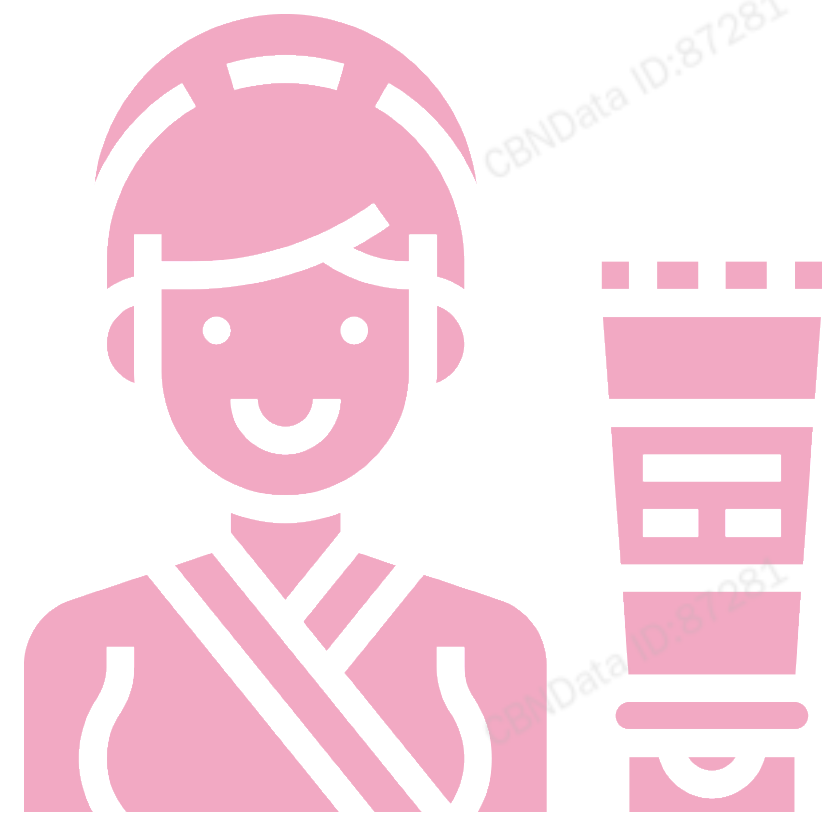
骑行能力测评：
测试用户骑行水平
精准匹配内容

数据来源：CBNData《国民运动健康趋势报告》

内容+产品打通的智能硬件列举



资料说明：配图分别为美国家用健身镜Mirror，美国健身公司Peloton跑步机



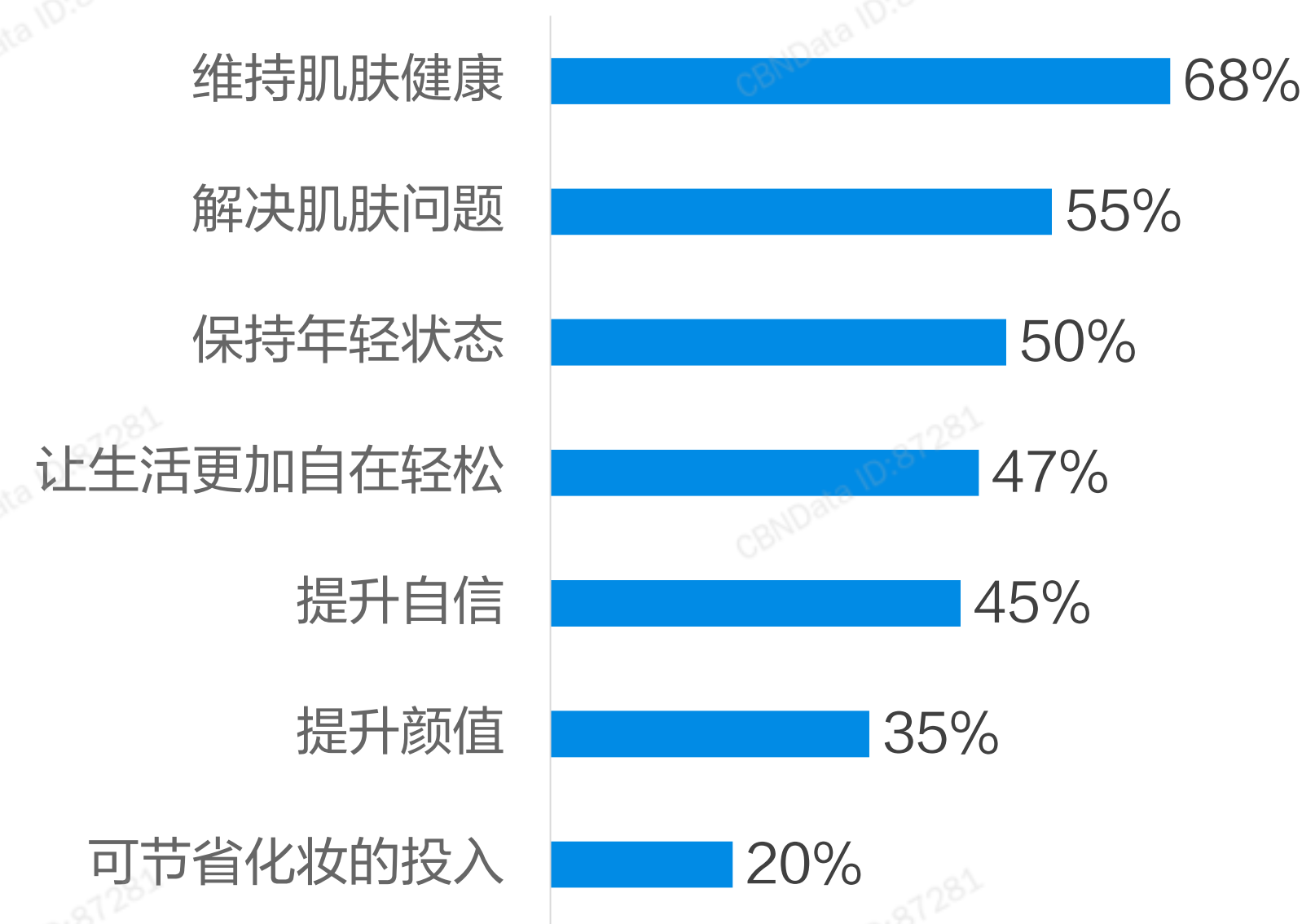
健康趋势关键词

皮肤健康

美颜经济升级化：美颜修炼，多管齐下

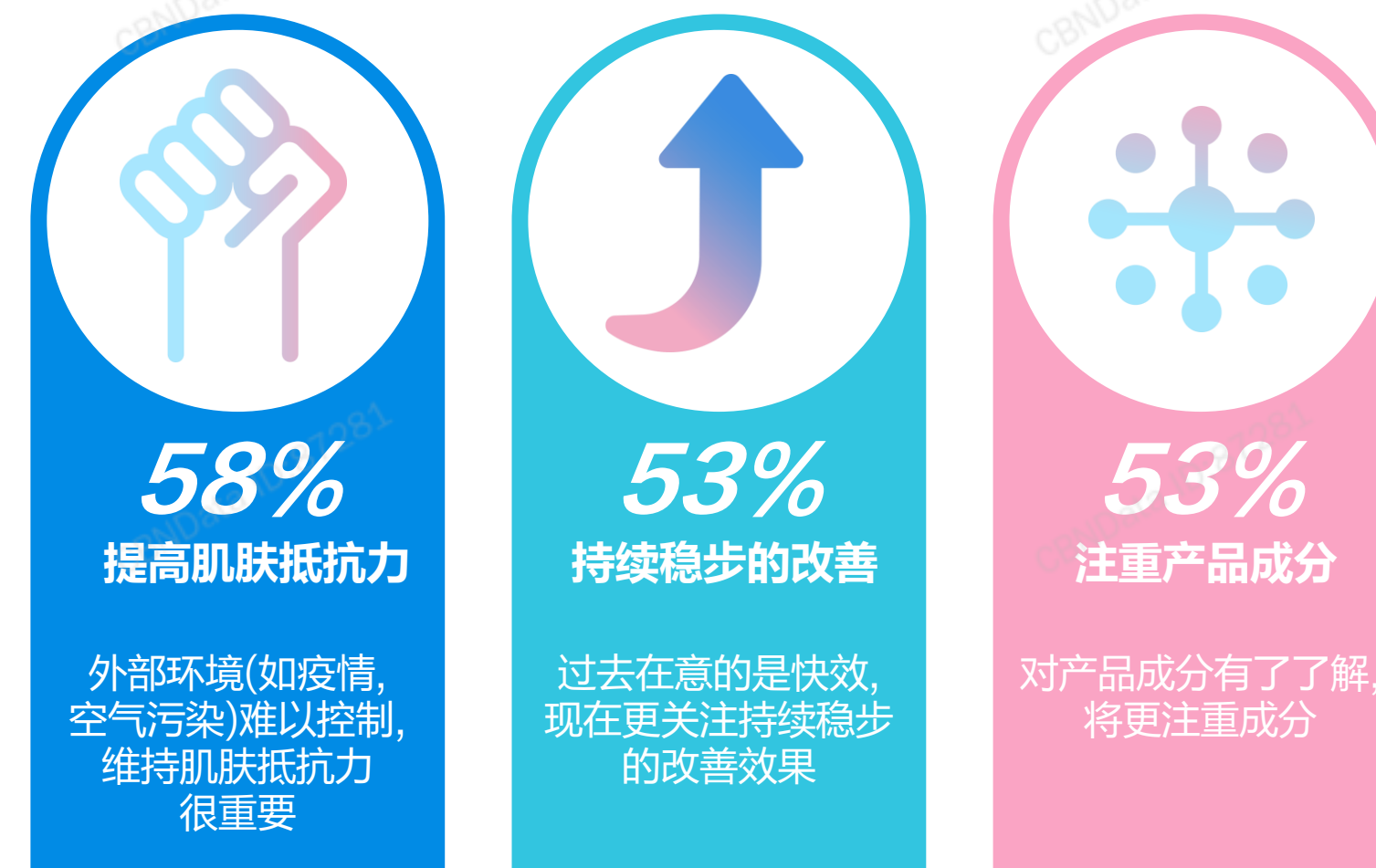
护肤观念朝专业化迈进，养肤修护成新趋势

后疫情时代的护肤的意义



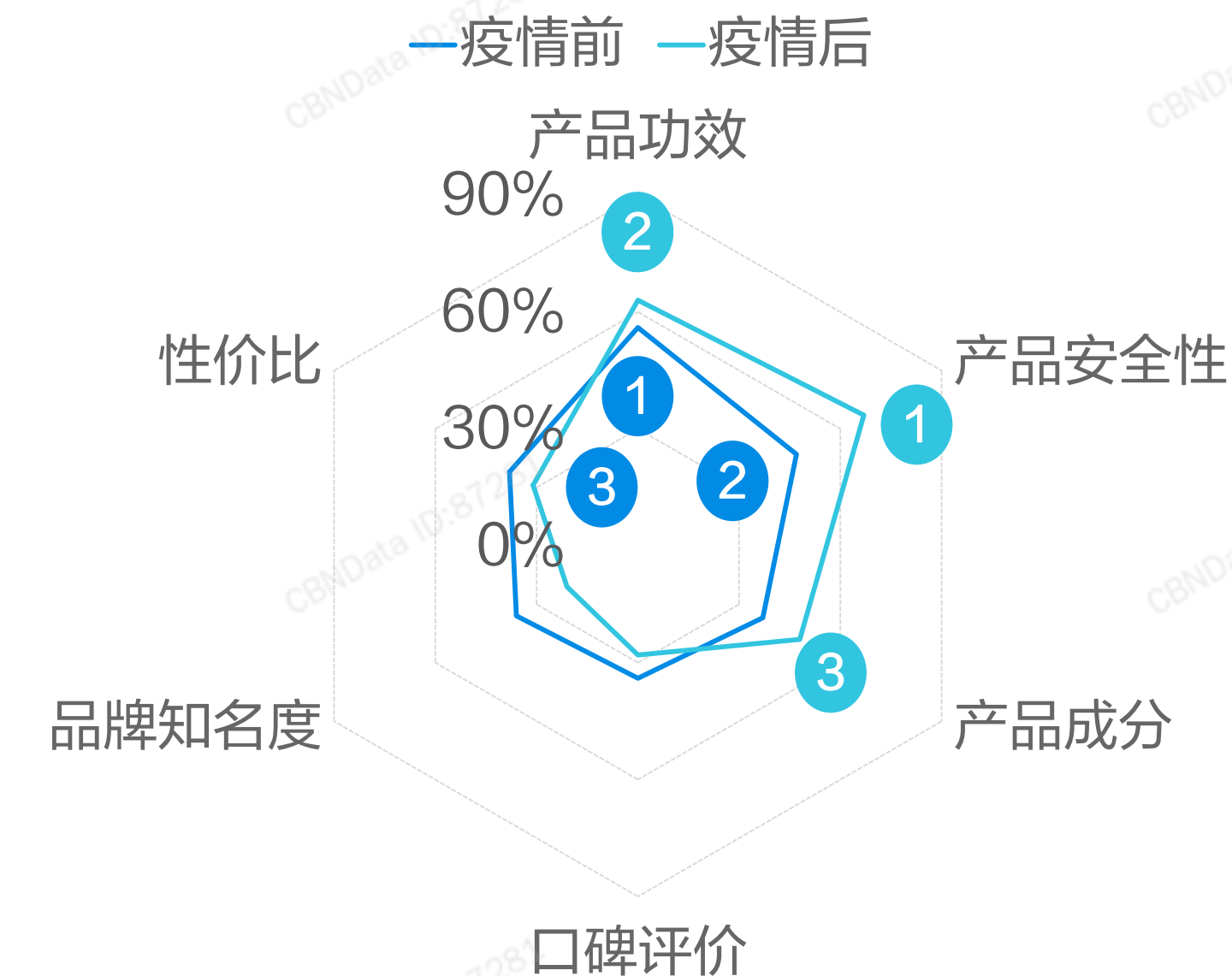
数据来源：CBNData《后疫情时代理性护肤白皮书》

后疫情时代的护肤观



数据来源：CBNData《后疫情时代理性护肤白皮书》

疫情前/后选择护肤品的关键考虑因素



数据来源：CBNData《后疫情时代理性护肤白皮书》

主打安全无毒、天然健康的“CLEAN BEAUTY”兴起

Clean Beauty “零伤害彩妆”
——全球护肤美容界关注焦点



「零伤害」

「不含有害物质」

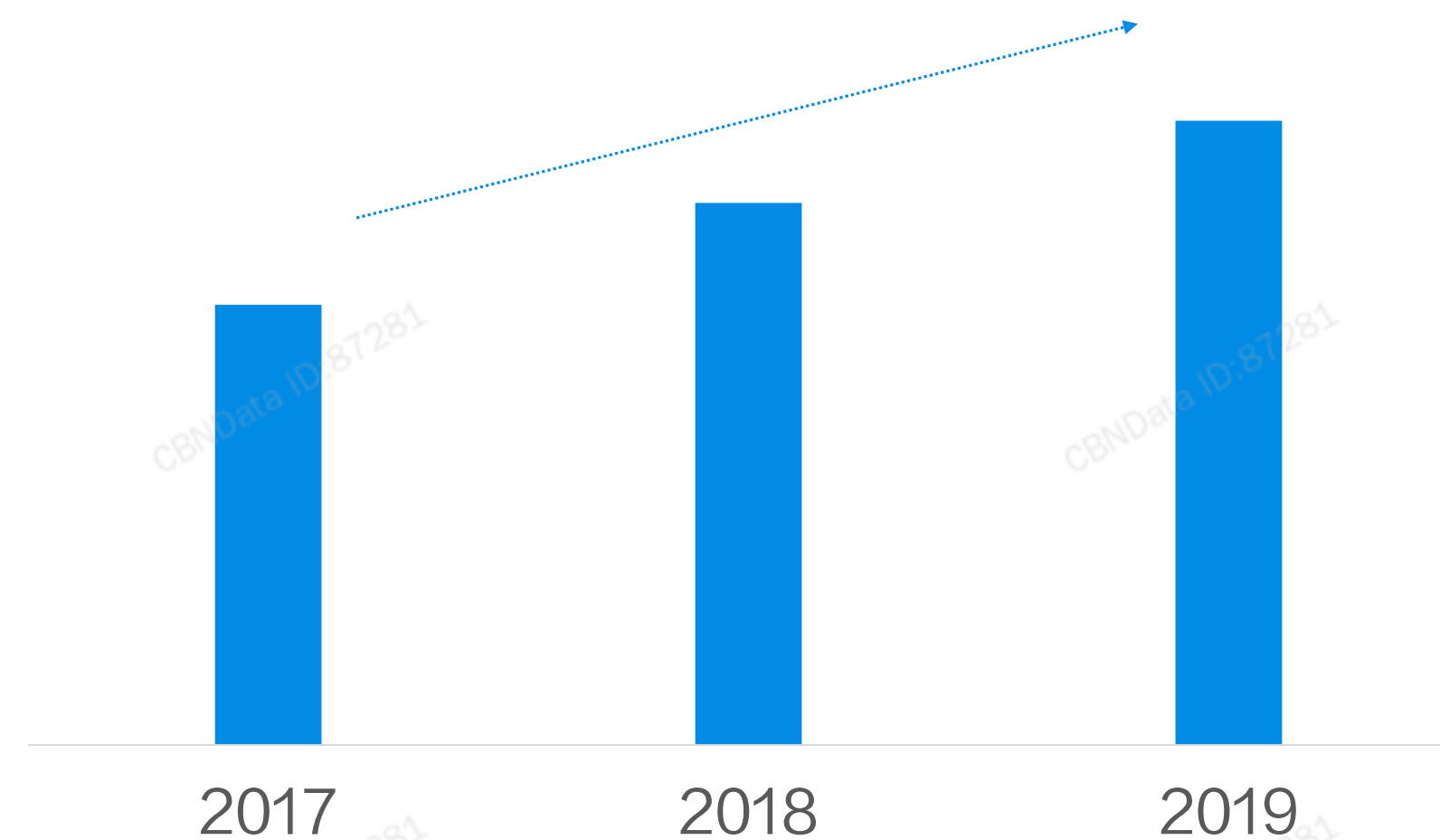
「无毒护肤」



Clean Beauty 是原先天然有机、无添加理念的进阶追求，进一步延伸到追求不含有害物质、零伤害、完全无毒的护肤技术。

数据来源：根据互联网公开资料整理

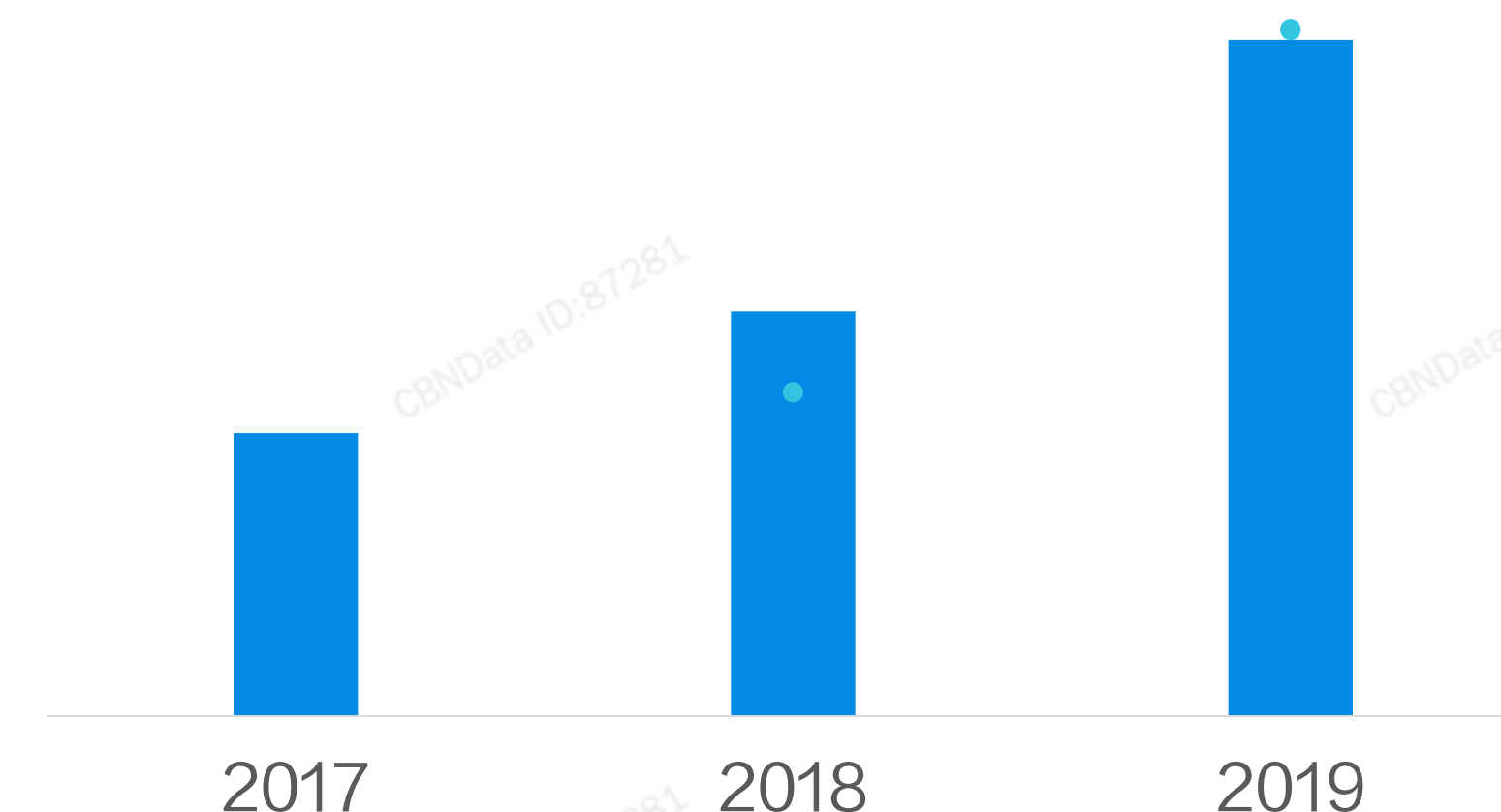
MAT2018 –2020 线上“零伤害彩妆”品类VS整体彩妆消费增速



数据来源：CBNData 《CLEAN BEAUTY彩妆趋势洞察》

MAT2018 –2020 线上“零伤害彩妆”品类客单价及增速

■ 年人均消费水平 ● 增速



数据来源：CBNData 《CLEAN BEAUTY彩妆趋势洞察》

科技助力医学美容护肤迅速发展，打造东方式立体颜值

大众对健康美要求也变得越来越高

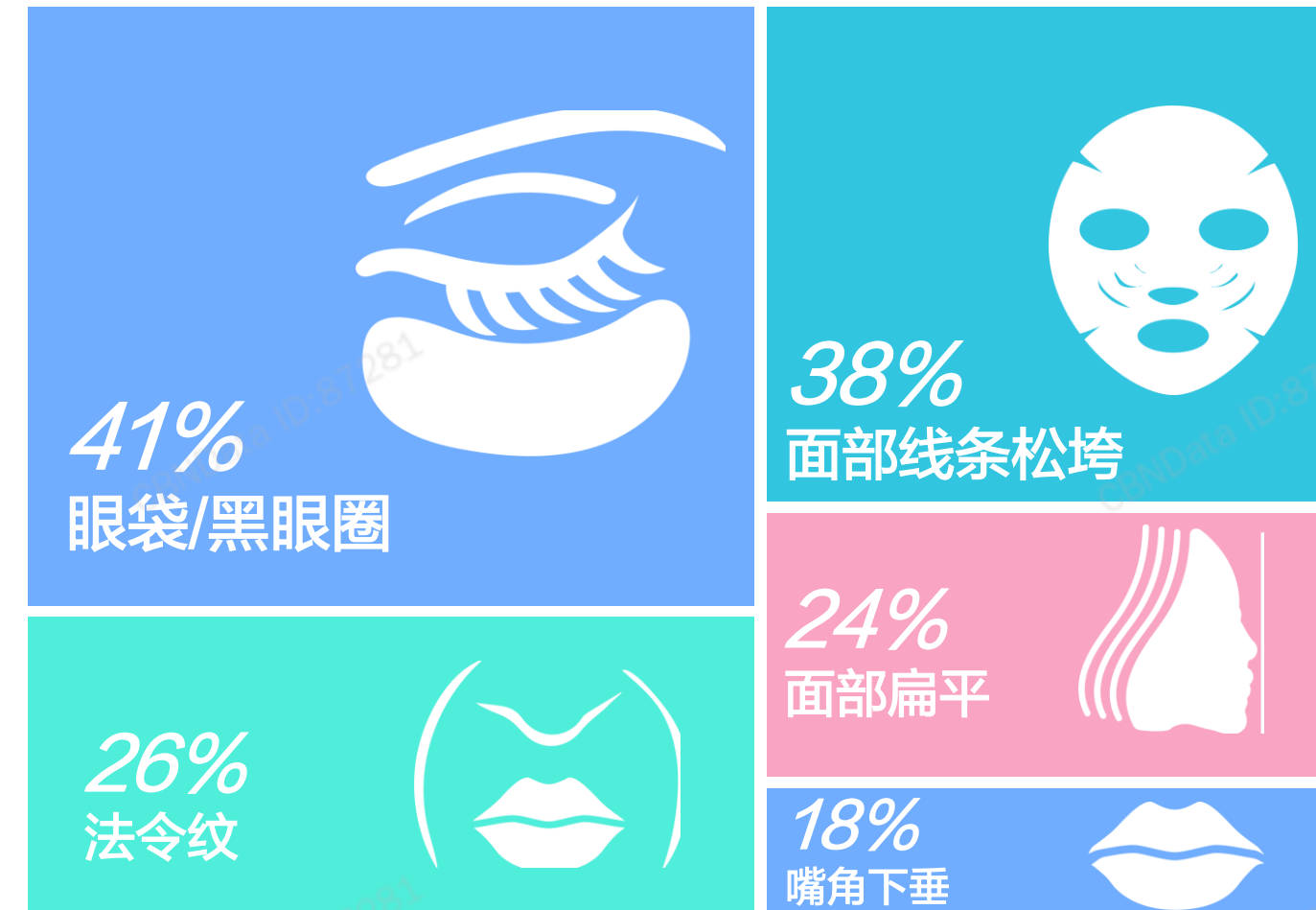
联合调研显示：**91%** 女性的变美诉求与中面部有关

CBNDATA
第一财经商业数据中心

× Allergan Aesthetics 艾尔建美学
艾伯维旗下公司



数据来源：CBNDATAX艾尔建美学《新式东方美丽-立体颜值趋势报告》



数据来源：CBNDATAX艾尔建美学《新式东方美丽-立体颜值趋势报告》

3/1 玻尿酸注射消费占整体医美市场项目消费量的比例

在接受过医美手术的女性中，近6成曾做过玻尿酸注射

59.8%

24% 面部医美消费者认为**安全性**是选择玻尿酸注射时主要考虑因素

“玻尿酸注射市场产品繁杂，具备专业的认证资质是产品安全的第一道防线。”

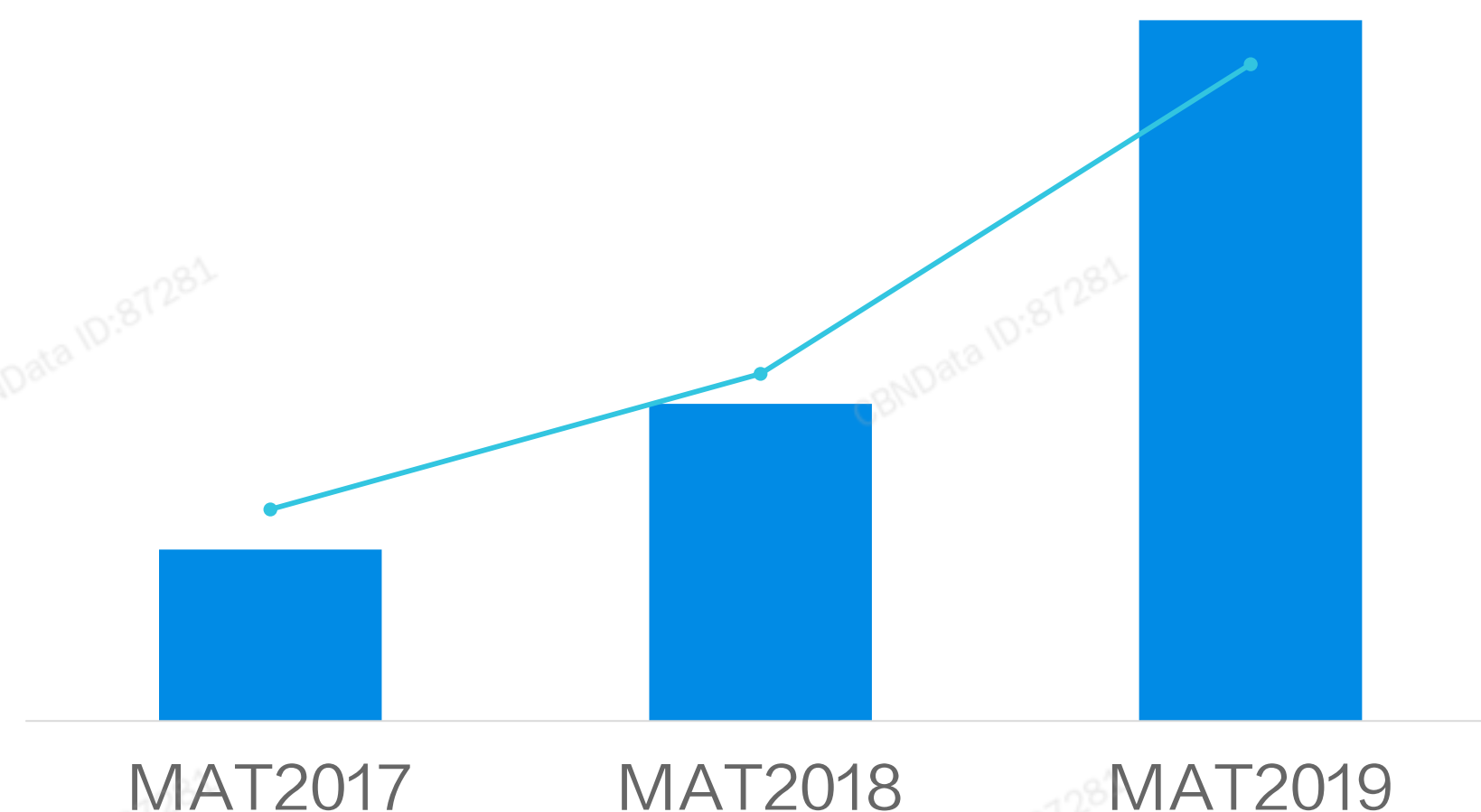
——中国整形美容协会专职副秘书长兼政策研究室主任 曹德全

数据来源：CBNDATAX艾尔建美学《新式东方美丽-立体颜值趋势报告》

妆食同源，吃出颜值，热门美容护肤成分不断“内服化”

MAT2017-2019线上口服美容消费
和人数趋势

■ 消费规模 — 消费人数



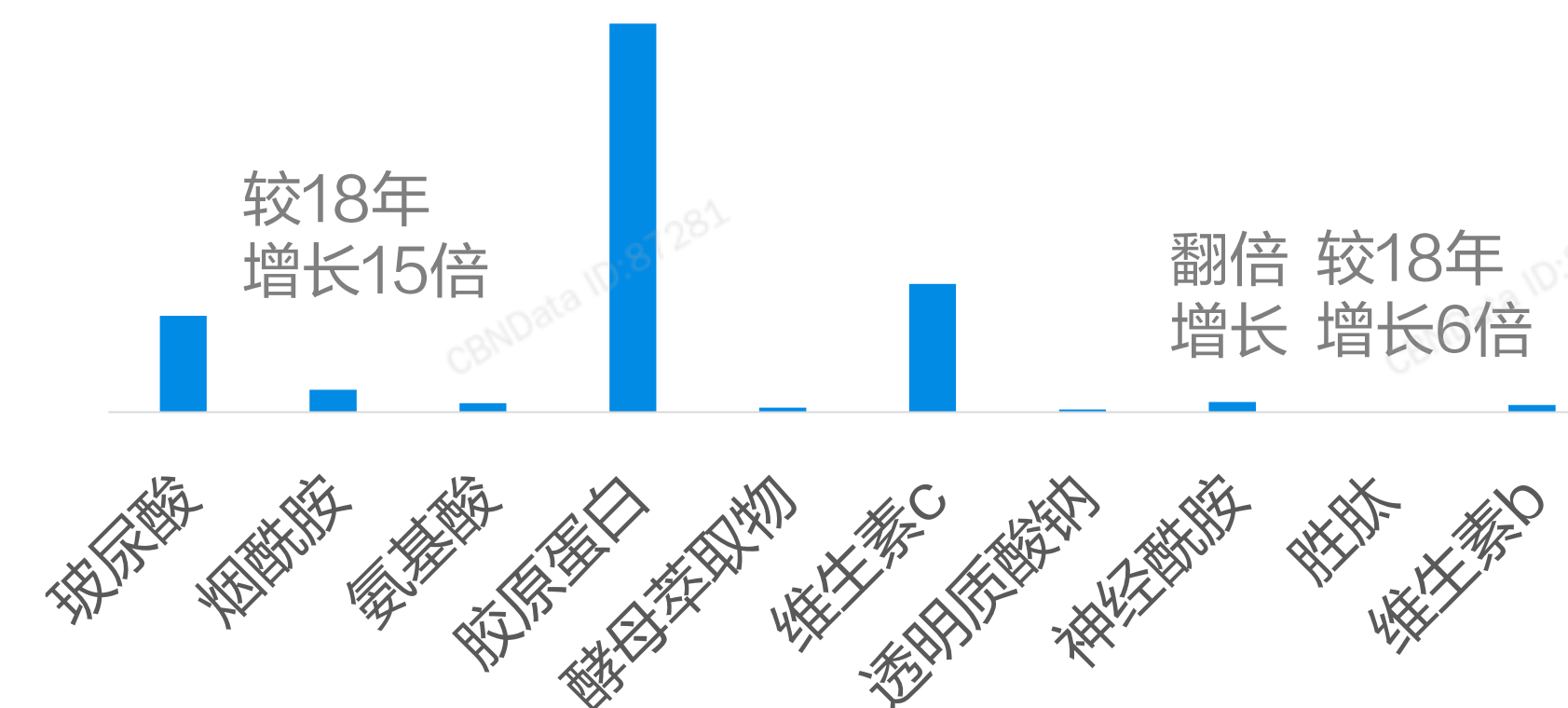
数据来源：CBNData《2019口服美容消费趋势报告》

天猫国际口服美容主要功能对应的主要成分



数据来源：CBNData《天猫国际跨境保健品消费者洞察报告》

2019美容护肤品类TOP10成分
在天猫国际口服美容消费规模占比



美容护肤品类TOP10成分

数据来源：CBNData《天猫国际跨境保健品消费者洞察报告》



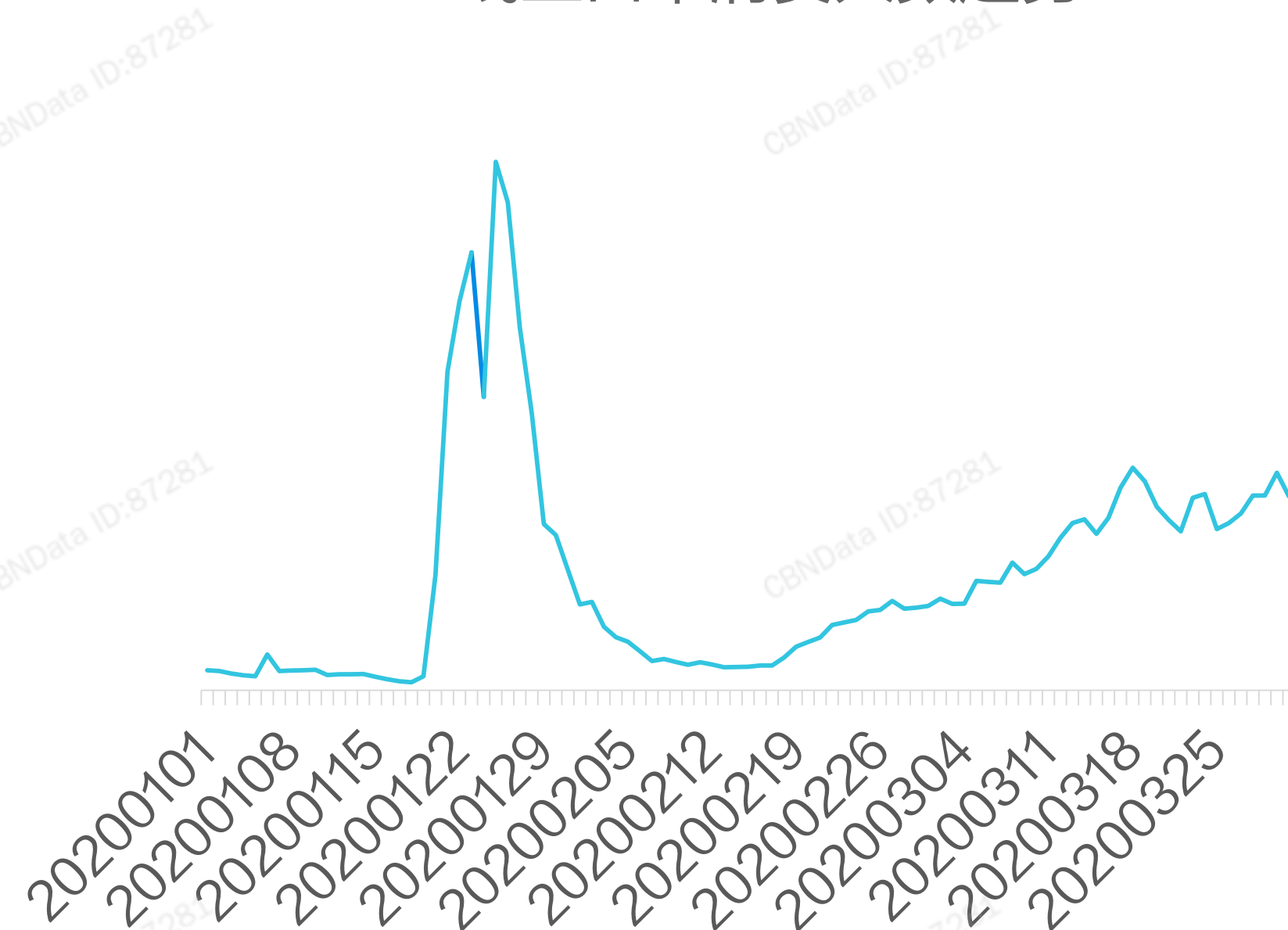
健康趋势关键词

医疗健康

健康管理专业化——干“防”百计，
“护”你安全

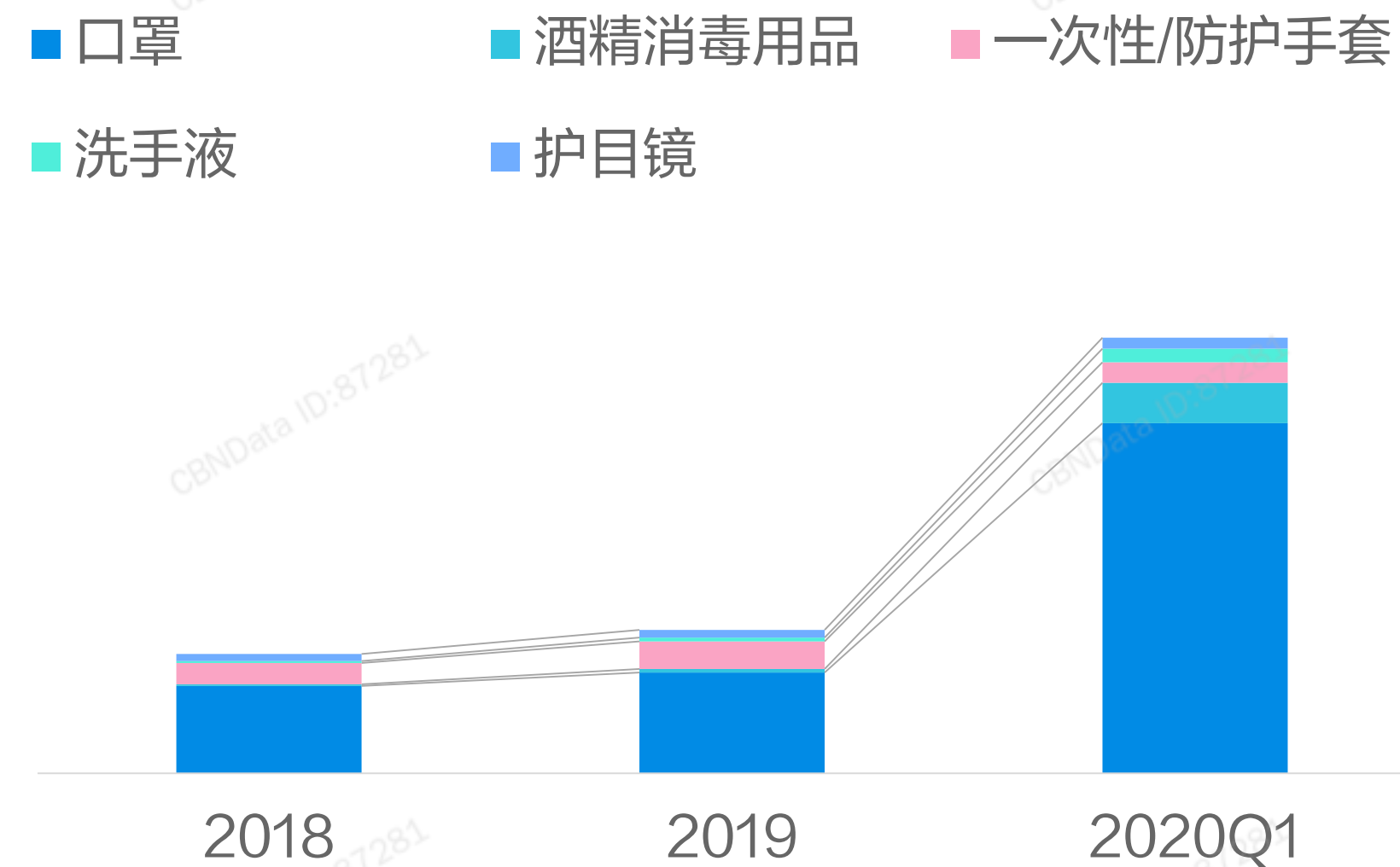
疫情渐缓，来日“防”长，主动采取防护措施成为全民共识

2020 线上口罩消费人数趋势



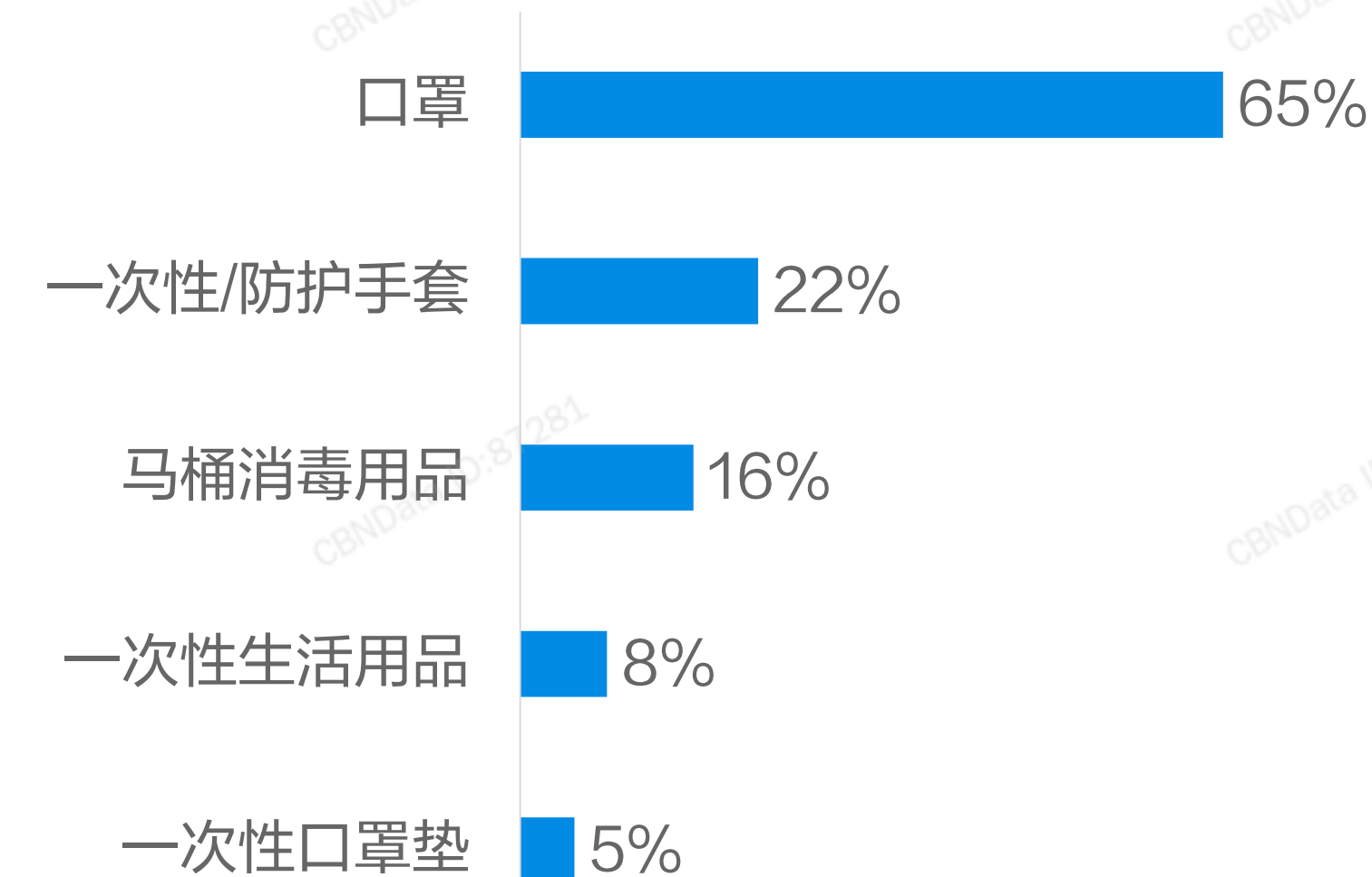
数据来源：CBNDATA《天猫家用防护用品趋势》

2018-2020Q1 TOP5疫情核心防护用品的线上消费趋势



数据来源：CBNDATA《天猫家用防护用品趋势》

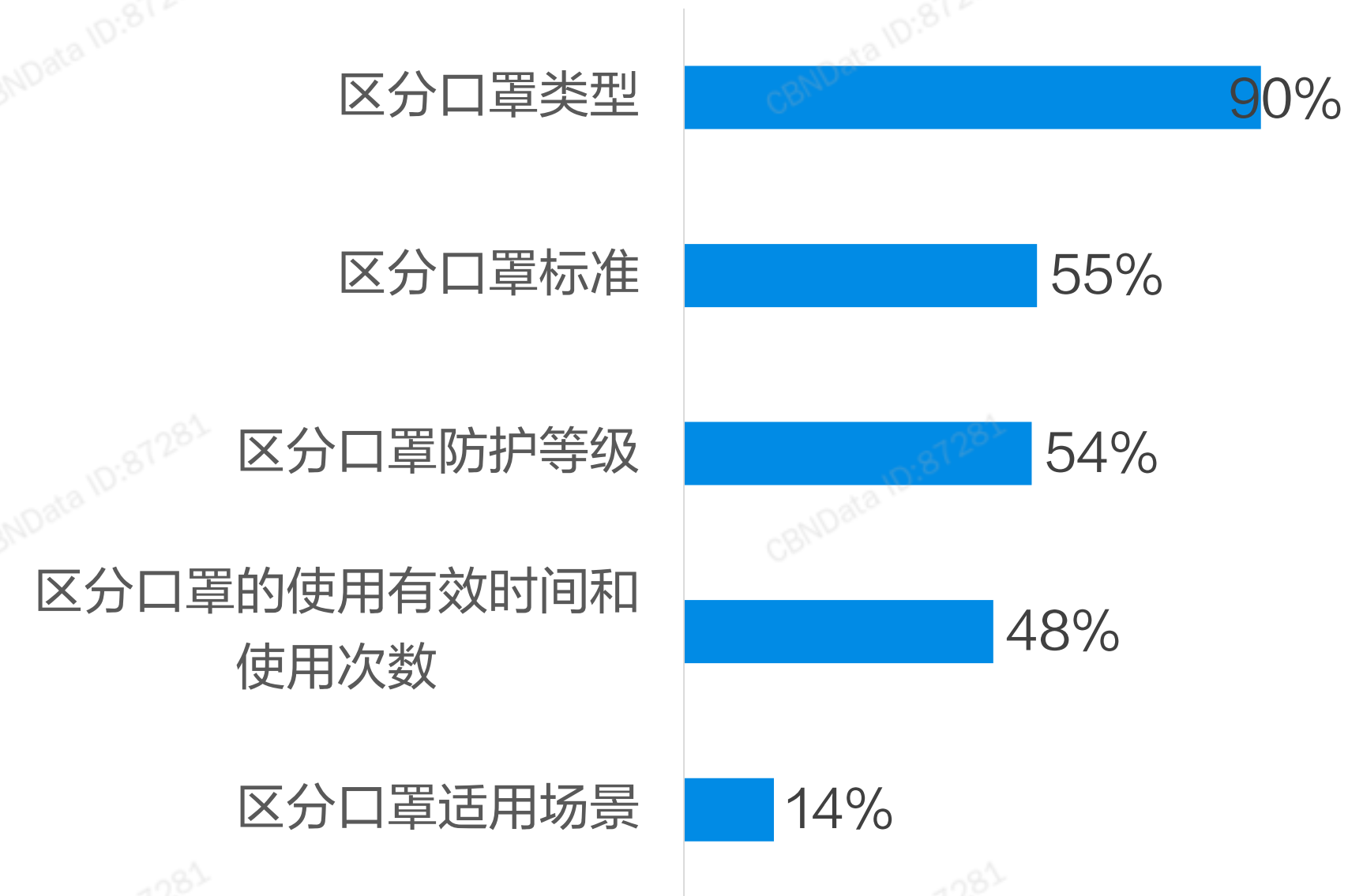
疫情结束后，您会日常使用哪些防护用品？



数据来源：CBNDATA《天猫家用防护用品趋势》

疫情推动防护知识普及，防护用品选购更加专业与精准

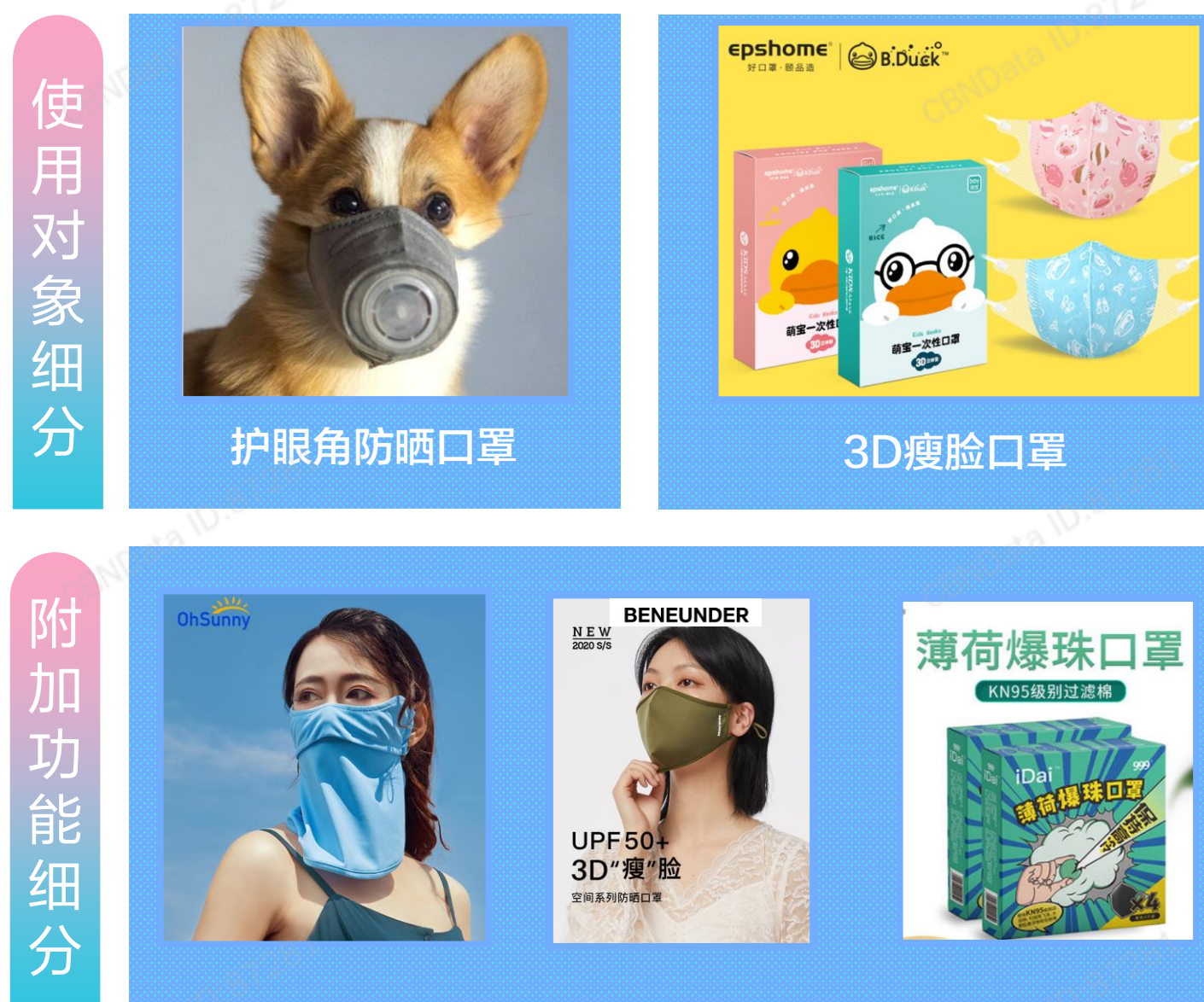
您对以下哪些知识有所了解？



数据来源：CBNData《天猫家用防护用品趋势》

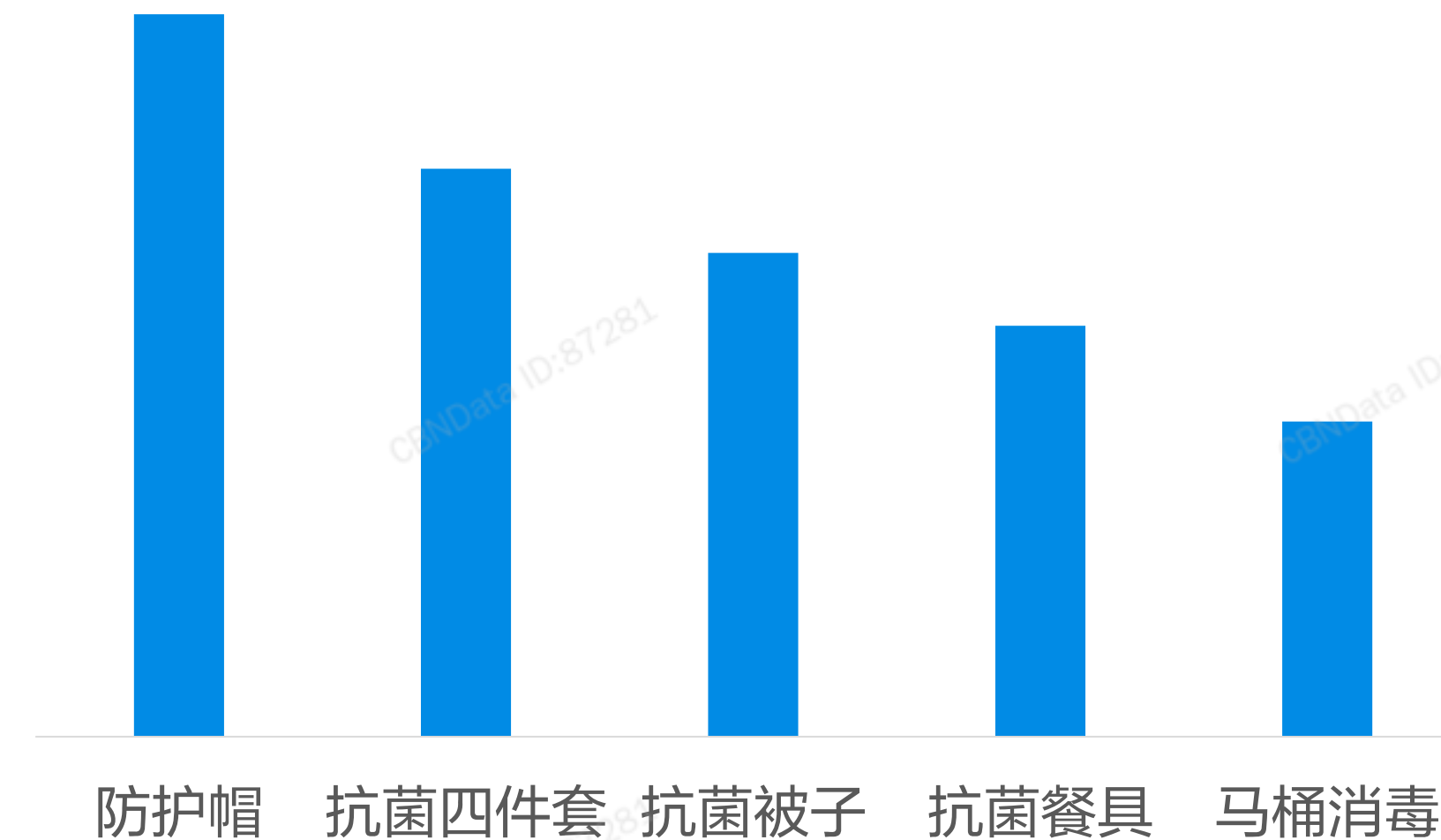
宠物口罩

婴幼儿口罩



数据来源：CBNData《天猫家用防护用品趋势》

2020Q1 衍生防护用品线上消费同比增速TOP5 品类



数据来源：CBNData《天猫家用防护用品趋势》

大健康领域需求与消费整体在爆发

MAT2019 线上大健康不同场景搜索浏览及商品数情况

2019年，大健康消费人数 **2.02亿**
增速：**+25.8%**

大健康品类消费金额 **820.83亿元**
增速：**+36.4%**

大健康相关产品 浏览人数 **3.54亿**

整体浏览量 **110亿**

数据来源：阿里健康



数据来源：阿里健康

健康管理数字化程度加深，在线问诊与健康险成健康管理重要一环

疫情期间在线问诊的平台情况



阿里健康: 截至2月10日，阿里健康的问诊页面累计访问用户 **1116万**，累计在线问诊量超过 **104万** 人次。



春雨医生: 截至2月25日，在线义诊累计服务用户 **150万** 人次，**60%** 为新增用户，日均问诊量较之前增加 **100%**。

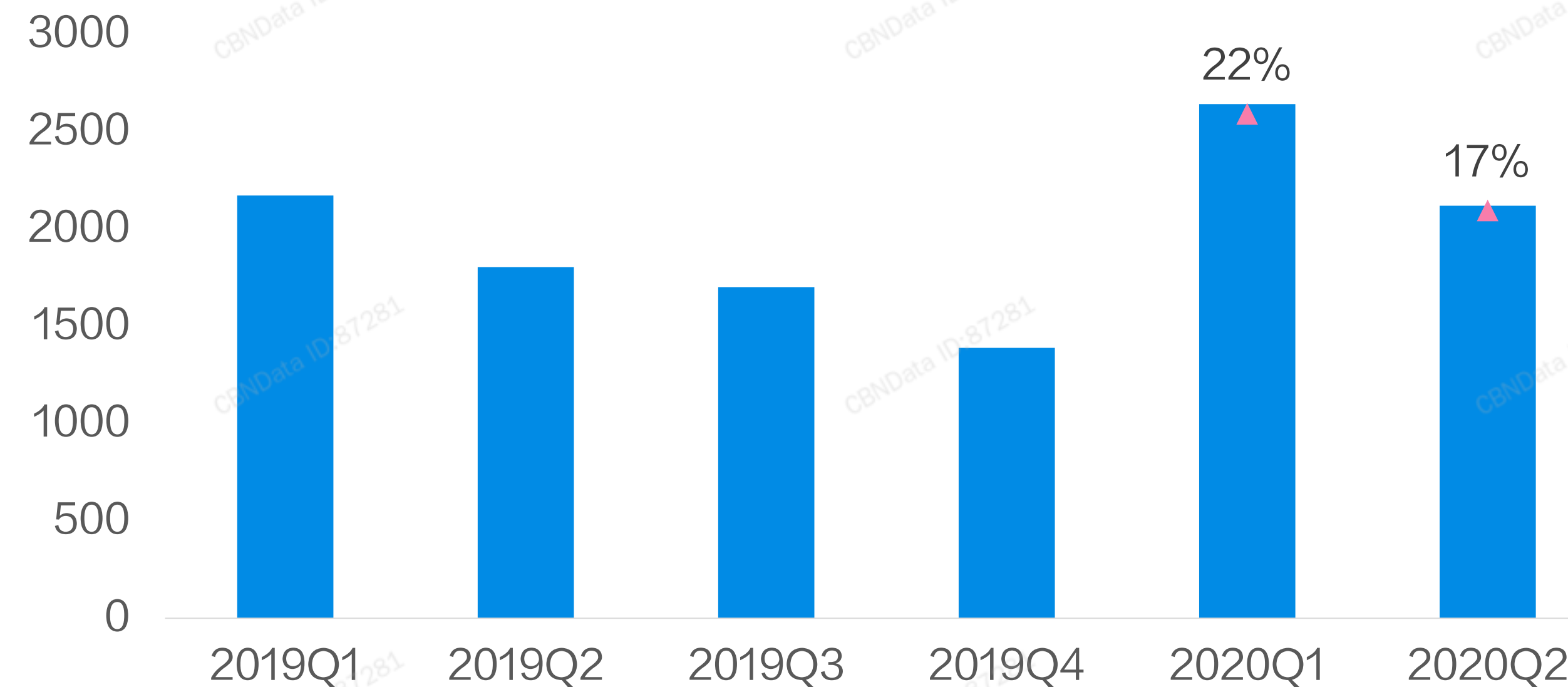


平安好医生: 疫情期间，平台访问人次达 **11.1亿**，APP新注册用户增长 **10倍**，APP新增用户日均访问量是平时的 **9倍**。

数据来源：互联网资料整理

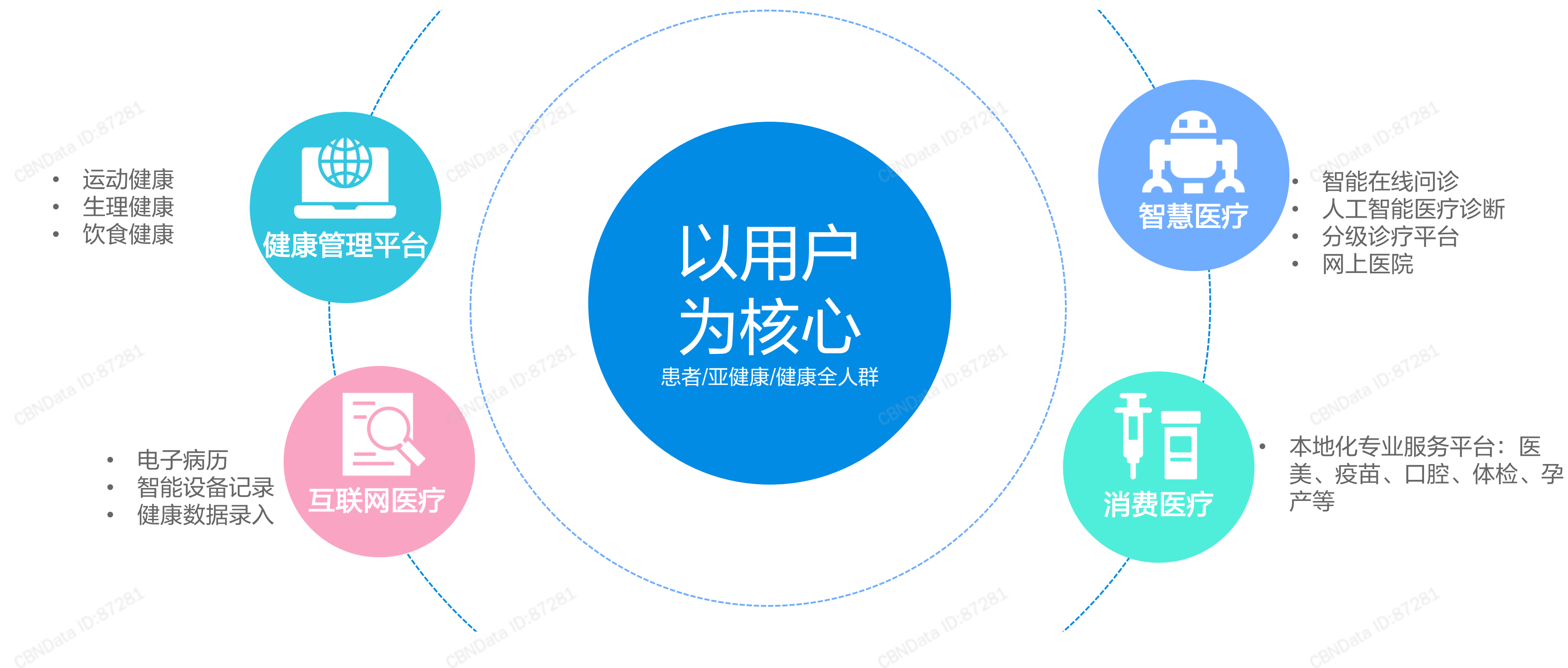
2019-2020中国健康保险保费收入与增速

■ 保费收入（亿元） ▲ 增速



数据来源：中国银保监会

中国“互联网+医疗健康”生态体系发展



1、更周全的用户健康数据

- 大数据与人工智能助力“健康中国2030”

2、更强调预防的健康生活方式

- 提倡预防>治疗的健康理念

3、更完善的健康体系

- 医院+医药+医疗+医保线上线下串联

4、更全面的健康服务

- 大健康领域服务渗透生活的各个环节

DATA COVERAGE 数据说明

■ 数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

数据时间段：2017.1.1-2020.3.31

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

- 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

联系我们: Data@dtcj.com

商务合作: BD@dtcj.com

加入我们: JOB@dtcj.com

■ 第一财经商业数据中心介绍:

第一财经商业数据中心 (CBNData) 成立于2015年, 是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。

依托阿里巴巴和第一财经的优势资源, CBNData以科技为驱动, 以场景为延展, 面向市场全面输出数据服务、内容服务、整合营销服务、MCN整合运营服务四大核心能力。

CBNData始终致力于用数据驱动商业, 用内容连接用户, 以“数据+媒体”的倍增效应, 全面提升中国商业世界的运行效率。

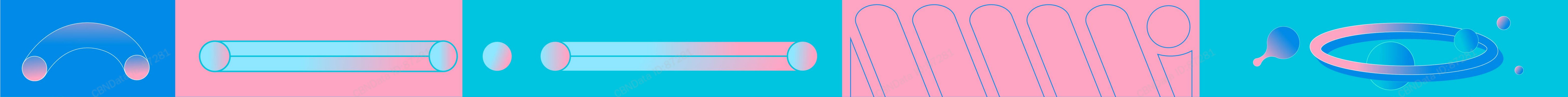
FOLLOW
US
关注我们
更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号



CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

